

Diseño, Artesanía e Identidad

Experiencias académicas locales de
Diseño Artesanal en Colombia y El Salvador

Grupo de Investigación en Diseño y Arte, D&A
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Angela María Guzmán Donsel
Felipe García Quintero
(Compiladores)



Ediciones Axis Mundi
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Grupo de Investigación
en Diseño y Arte D&A.
Línea Arte y Diseño
Institución Universitaria
Colegio Mayor del Cauca

Dirección:
Esp. Lyda Campo Vidal
Facultad de Arte y Diseño
I. U. Colegio Mayor del Cauca.

Docentes Investigadores:

D.G. Ángela Guzmán Donsel
Facultad de Arte y Diseño
I. U. Colegio Mayor del Cauca.

Maestro Alfonso Espada
Facultad de Arte y Diseño
I. U. Colegio Mayor del Cauca.

Mg. Felipe García Quintero
Departamento de Comunicación Social
Universidad del Cauca

Diseño, Artesanía e Identidad
Experiencias académicas locales de
Diseño Artesanal en Colombia y El Salvador

Ediciones Axis Mundi
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Diseño, Artesanía e Identidad

Experiencias académicas locales de
Diseño Artesanal en Colombia y El Salvador

Angela María Guzmán Donsel
Felipe García Quintero
(Compiladores)

Grupo de Investigación en Diseño y Arte, D&A
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Presentación de Gloria Stella Barrera Jurado
Prólogo de Paola Martínez Acosta



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
COLEGIO MAYOR DEL CAUCA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA

María Cecilia Vivas de Velasco, *Rectora*

Luis Guillermo Céspedes Solano, *Vice-Rector*

Álvaro Riascos, *Secretario General*

Ricardo Riomalo Rivera, *Decano Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración*

Carolina Andrea Carrascal, *Decana Facultad de Ingeniería*

Mónica Arboleda Castrillón, *Decana Facultad de Arte y Diseño*

Clara Inés Uribe Giraldo, *Coordinadora de Investigaciones*

© Ediciones Axis Mundi, 2010

Carrera 9 No. 10-69. Popayán, Colombia

© Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Carrera 5 No. 5-40. Popayán, Colombia

© Gloria Stella Barrera Jurado, de la presentación; Paola Martínez Acosta, del prólogo; Jorge Montaña, Alfonso Espada, Ángela María Guzmán Donsel, Lyda Campo Vidal, Paola Martínez Acosta y Carmen Campos, de los artículos.

Primera edición:

Popayán, diciembre de 2010

Dirección Editorial:

Felipe García Quintero

Producción Editorial:

Paola Martínez Acosta

Diseño y Diagramación:

Juan Carlos Buitrago Vargas

Fotografía carátula:

Servicio de comida típica colombiana

Hector Fabio Burbano y Jairo Elías Dorado, 2004

Fotografías interiores:

Jorge Montaña, Alfonso Espada, Lyda Campo, Paola Martínez Acosta, Nelson Osorio y Carmen Campos

ISBN Digital:978-958-98334-8-3

Impreso en Colombia

Printed in Colombia

por Cargraphics

Av. El Dorado No. 90-10

Bogotá.

CONTENIDO

PRESENTACIÓN, por <i>Gloria Stella Barrera Jurado</i>	9
LA IDENTIDAD EN EL DISEÑO Y EL DISEÑO DE LA IDENTIDAD –PRÓLOGO–, por <i>Paola Martínez Acosta</i>	15
DISEÑO ASOCIATIVO: DEL DISEÑADOR AUTOR AL DISEÑADOR FACILITADOR, por <i>Jorge Montaña</i>	23
ACERCA DE LA HISTORIA DEL DISEÑO EN COLOMBIA. UNA MIRADA AL TEMA DE LA IDENTIDAD Y EL DISEÑO ARTESANAL EN EL PAÍS, por <i>Alfonso Espada</i>	49
REFLEXIONES SOBRE LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO ARTESANAL EN LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA, por <i>Ángela María Guzmán Donsel</i>	65
DISEÑO E IDENTIDAD, por <i>Lyda Campo Vidal</i>	85
EL TOTUMO COMO REFERENTE IDENTITARIO DENTRO DEL OFICIO ARTESANAL EN EL PATÍA Y MERCADERES, CAUCA, por <i>Paola Martínez Acosta</i>	99
IDENTIDAD Y COLECTIVOS ARTESANALES, por <i>Carmen Campos</i>	115

PRESENTACIÓN

Poca es la reflexión realizada en Colombia en torno al tema del diseño artesanal. De allí la importancia de la publicación de este libro titulado “Diseño, artesanía e identidad. Experiencias académicas locales de Diseño Artesanal en Colombia y El Salvador”, compilado por dos miembros del Grupo de Investigación en Diseño y Arte, D&A, de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, y escrito también por docentes investigadores de la institución y docentes externos invitados a “Exporaíces”, evento que sirve de escenario para la socialización de experiencias en distintas áreas del diseño y la artesanía, donde los estudiantes y miembros del sector tienen la oportunidad de capacitarse y actualizar sus conocimientos.

En este documento podemos encontrar de manera crítica y propositiva diferentes reflexiones históricas, sociales, estéticas y metodológicas en torno a la artesanía y el diseño artesanal en localidades de Colombia y El Salvador, las cuales organizan su diversidad temática en torno a la experiencia académica docente e investigativa en este campo.

Las reflexiones referidas a Colombia surgen del estudio y experiencia de diseñadores, artesanos y estudiantes que por más de cinco años, en el programa de Diseño Artesanal de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, se han comprometido con el sector artesanal del departamento del Cauca, recogiendo la memoria de ese patrimonio y trazando rutas en la búsqueda de un mejor futuro para sus artesanos, oficios y productos.

Un tema central de discusión es el de la identidad, pues en el ámbito de la globalización y el mercado internacional, las artesanías se encuentran con el dilema del consumo y las modas mediáticas, perdiendo cada vez más su relación con el lugar de origen. Igualmente, en los artículos se abre la discusión en torno a temas fundamentales como la tradición, la modernidad, la moda, la diversidad cultural, los métodos de diseño, entre otros. También podemos identificar un compromiso de responsabilidad social en torno a la construcción de ciudadanía, la justicia social y la conservación y cuidado del ambiente.

La emotividad, el afecto, la teoría y la práctica, están presentes en cada una de las reflexiones como aspectos importantes para la comprensión del universo de la creación artesanal. De tal suerte, encontramos en primera instancia el trabajo realizado por el diseñador Jorge Montaña, denominado “Diseño Asociativo: del diseñador autor al diseñador facilitador”, quien realiza un balance histórico del diseño industrial en Colombia y presenta un método de diseño que denomina “Factor local”, el cual se basa en elementos identitarios como la arquitectura, celebraciones y costumbres de una cultura. En este método se trabaja a partir de imágenes para identificar los elementos identitarios y generar conceptos que fundamentarán productos o líneas de productos. Este autor realiza una interesante crítica acerca de la influencia de las tendencias internacionales, cuyas formas geométricas básicas, pese a ser ajenas, se implementan en los productos artesanales colombianos, sin tener en cuenta los valores culturales propios para la creación de objetos diversos y ricos en formas, colores y materiales. Igualmente, el autor genera una reflexión crítica en torno a los procesos de diseño artesanal en los cuales el diseñador es quien realiza la creación y los artesanos los productos, constituyéndose únicamente en proveedores artesanales.

Por su parte, Alfonso Espada presenta el trabajo titulado “Acerca de la historia del diseño en Colombia. Una mirada al tema de la identidad y el diseño artesanal en el país”. El texto ofrece una descripción histórica del diseño gráfico e industrial

en Colombia y plantea el problema de la identidad en las diferentes expresiones del diseño, lo cual debe fundamentarse a partir del reconocimiento de la historia, la cultura y las necesidades propias de los pueblos. Finalmente, plantea el tema de la competitividad con el mejoramiento de procesos productivos, el cumplimiento de normas de calidad y la integración de factores del ecodiseño.

El documento de Ángela María Guzmán, “Reflexiones sobre la enseñanza del diseño artesanal en la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca”, presenta aspectos sobre la tradición cultural de esta Institución y su historia en la enseñanza del diseño artesanal en Popayán; además profundiza en aspectos de las pedagogías del taller de diseño, para lo cual plantea una concepción de diseñador como “facilitador”. Igualmente, describe algunas experiencias académicas en relación a acciones de rescate, desarrollo de artesanía tradicional o la incursión de nuevos productos artesanales. En el texto se puede identificar también una descripción acerca de la historia de la pluralidad étnica del Cauca, sus oficios artesanales y las comunidades en que se realizan.

Lyda Campo, por su parte, en su artículo titulado “Diseño e identidad”, da a conocer una propuesta acerca del papel del estudiante-diseñador artesanal, quien debe asumir un rol de apoyo al artesano con la conformación de equipos de trabajo que posibiliten un diálogo de saberes para que los productos logren satisfacer necesidades sentidas y ser competitivos en los diferentes mercados, fundamentándose en elementos culturales del lugar de origen. Plantea, igualmente, una metodología que aproxime al diseñador artesanal con el reconocimiento del contexto cultural, mediante el respeto hacia las comunidades, partiendo de un trabajo de sensibilización social y estética que permita el análisis profundo de la información recolectada. Todo esto se evidencia en la descripción que da a conocer la autora acerca de la visita a campo realizado con la comunidad guambiana en el municipio de Silvia.

En el artículo “El Totumo como referente identitario dentro del oficio artesanal en el Patía y Mercaderes, Cauca”, realizado por Paola Martínez Acosta, se describe la experiencia artesanal de El Patía, en donde los artesanos locales, a través de una importante tradición familiar, utilizan el mate o totumo para la elaboración de distintos elementos que van desde contenedores de manjar blanco hasta objetos de bisutería, a través de los cuales busca imprimirse los valores culturales e identitarios de la región. En segunda instancia hace referencia al sector de la artesanía industrial, donde los empresarios foráneos utilizan el mate, dado naturalmente en las tierras patianas, para producir objetos como lámparas y jarrones destinados para el comercio internacional. También se presentan los procesos de transformación de la materia prima como son la recolección y el corte del mate. Con respecto a la experiencia del municipio de Mercaderes, el texto da a conocer el proceso artesanal en la elaboración de instrumentos musicales, cuya impronta es ambiental y cultural. Por lo tanto, la autora considera que en esta región no se cultiva solamente el totumo, también se siembran valores culturales y ecológicos.

Carmen Campos, diseñadora artesanal de la Escuela de Artes Aplicadas “Carlos Alberto Imery” de El Salvador, nos presenta finalmente el ensayo “Identidad y colectivos artesanales”. En primera instancia recoge definiciones nocionales acerca de artesanía y artesano, así como clasificaciones de artesanías y algunos aspectos de la función social de este oficio. Se aproxima de esa forma al tema de la identidad artesanal y de los factores que la determinan, como son el consumo, las tecnologías de producción y el diseño, siendo este último un factor que puede dotar valores diferenciales a los productos manufacturados a mano. Los diseñadores que participan en procesos de diseño artesanal contribuyen en la conformación de sistemas sociales económicos y políticos, a partir de procesos de recuperación de memoria social que fundamentan la identidad de los objetos artesanales. Igualmente, se presenta la historia de la creación del programa de Diseño Artesanal en San Salvador, esto en el

ámbito del conflicto armado y como alternativa para la educación superior, mediante dos experiencias de diseño: la primera con un grupo de mujeres emprendedoras con quienes se desarrollaron proyectos de conformación de productos en cestería, y la experiencia de diseño con grupos de artesanos hombres en el tejido de cestos con fibras naturales.

Cada uno de los trabajos presentados en el libro contribuye a la construcción de conocimiento acerca de la actividad artesanal, pues abren espacios para la discusión de temas fundamentales como el de la identidad, cuyo concepto complejo y polisémico requiere siempre de un estudio profundo, y además proponen espacios para la construcción de utopías relacionadas con las fases de creación, producción, circulación y consumo, que posibiliten objetos artesanales como resultado de procesos democráticos y de diálogos respetuosos entre los diferentes actores del sector artesanal, destinadas a la construcción de una sociedad más armónica, creativa y equitativa.

Gloria Stella Barrera Jurado
Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá

LA IDENTIDAD EN EL DISEÑO Y EL DISEÑO DE LA IDENTIDAD (PRÓLOGO)

El tema de la identidad se encuentra presente en cada una de las reflexiones de este libro, cuyo objetivo claro es dar a conocer experiencias significativas en el camino reciente del diseño artesanal en Colombia y El Salvador. La identidad, bien sabemos por la teoría antropológica, se trata de un concepto complejo dada la variedad semántica de su sentido e interpretación, pues empieza por establecerse a partir de la diferencia; es decir, en la oposición complementaria y contrastiva con el “otro”. No es posible, por tanto, hablar de una identidad única en todos los individuos de una sociedad; de hecho, la diferencia permite pensar en plural y hablar más bien de identidades. Identidades que, además, “coexisten a diferentes escalas —desde la individualidad de cada persona, hasta la especie humana como tal— y en todos los niveles al mismo tiempo” (Wade, 2002: 255).

Toda identidad conlleva al tiempo de su definición un cambio y una continuidad; se trata por ende de un proceso situacional, aunque ello no implica que en cada escenario se logre la identificación siempre diferente de los sujetos y las comunidades, hablamos de algo más profundo y arraigado, ya que “las identidades se establecen por medio de repetidos actos de representación, es decir, de identificación” (Wade, 2002: 256). En tal sentido, la identidad es por igual variable, no constante, es

algo que se establece y refuerza con cada identificación, además, como precisa Peter Wade (2002: 264), “debe ser entendida como algo profundamente sentido, como una parte de la psique y del cuerpo de cada uno”.

Por lo anterior, la identidad ya no se la percibe como algo fijo, estable, coherente, monolítico, sino que se define ahora, según afirma Stuart Hall (1997), como descentrada (dislocada o fragmentada), plural, contradictoria, imprecisa, cuyos referentes son divergentes, muchas veces compuesta de factores como la clase social, el género, la etnicidad, la nacionalidad de los individuos en el mundo cultural y social contemporáneo en transformación.

Así las cosas, la noción de identidad cultural ha sufrido un cambio, siendo útil determinar sus nuevas posiciones que dislocan la idea de una identidad centrada y cerrada, afín de las culturas nacionales o regionales que se autodefinen siempre desde los factores de lo mismo o lo propio, y rechazan lo ajeno y externo que por igual las constituye. Ese impacto pluralizador de las identidades, produce una variedad nueva de identificaciones, de tal suerte que no podemos sino hablar de identidades culturales.

En el campo heterogéneo de la artesanía, estas identidades culturales nos muestran formas disímiles de concebir el mundo, los territorios diversos, las culturas ricas y vivas en las que el oficio artesanal conlleva, más que técnicas específicas, distintos saberes y formas de vida, por demás, singulares. Saberes ahora aprovechados desde el campo del diseño para dar a conocer los referentes identitarios de nuestros territorios latinoamericanos, los cuales conviven con lo ancestral y lo contemporáneo, en donde los flujos de la globalización cultural intervienen en las regiones generando procesos de participación social, claro, no siempre en condiciones de equilibrio o equidad.

Vemos entonces que el diseño y la artesanía unen hoy sus esfuerzos para construir un camino en el cual sea posible producir conocimiento y mantener formas de existencia propias, no sólo en cuanto a las artes de hacer específicas de su dominio cultural, sino también en torno al contexto social; un contexto que, hemos dicho, es siempre diferente en tanto se conforma de

identidades culturales también diferenciadas. Y la importancia de conocer el contexto radica en la necesidad de saber quiénes somos, pregunta que si bien no puede ser respondida a cabalidad, por cuanto se propone ver la identidad como un devenir, sí permite pensar en nuestras riquezas y fortalezas, debilidades y conflictos, deseos y anhelos, para proyectar los sentidos con los cuales la gente define su horizonte de vida. Factores todos indispensables a la hora de concebir objetos o productos que expresen el sentir, el hacer, el saber y el lugar de quienes se dedican a la labor artesanal.

Ahora bien, la creación de programas locales de Diseño Artesanal en Colombia y El Salvador, es un hecho importante en tanto ha generado interés por conocer y expresar el entorno dentro de los trabajos elaborados por estudiantes de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, en Popayán, y la Universidad Dr. José Matías Delgado, en San Salvador. Siendo relevante el quehacer académico en esta área antes marginada de la educación superior, ya que ha permitido estimar un oficio de valores tradicionales insertos en un mundo cada vez más globalizado, que si bien posibilita nuevas relaciones de apertura y proyección de los factores identitarios, también aparta y margina a quienes no saben relacionarse y negociar su lugar en el mundo del mercado cultural competitivo. Todo esto se constituye en un campo en disputa de conocimientos, saberes y técnicas para que el diseño como disciplina del capitalismo, tan anclada en los ámbitos industriales y gráficos, reflexione sobre sí misma y dimensione su propio hacer desde las regiones en las cuales trabaja.

Por tanto, la tarea de un diseñador artesanal va más allá del hecho de elaborar con sus manos algún objeto llamativo, fruto de una labor imaginativa solipsista, y se orienta mejor en aprender a descubrir creativamente con la gente el sentido social y cultural del espacio compartido de las identidades que nos definen, y lograr así un objeto en el cual se significa lo que estamos siendo. Un somos que no es estático, reiteramos, ya que es siempre cambiante, por aquello dinámico de la cultura en movimiento, todo porque el mundo social, y en él lo cultural, se transforma

cada día. El diseñador artesanal, entonces, está siempre en la búsqueda del ese ser cultural cambiante. Al respecto vale recordar a Clifford Geertz (1989: 20) cuando sostiene, desde una perspectiva hermenéutica, que la cultura es una urdimbre de significaciones, al modo de un texto, cuya lectura y análisis no va en busca de leyes, pues su estudio trata de una ciencia interpretativa que pretende desentrañar las tramas de significación en las que está inserto el ser social. De tal suerte, creemos que la disciplina académica en torno al diseño artesanal en Colombia y El Salvador tiene mucho que ver con las comunidades y los sujetos que participan del mundo como portadores de sentido cultural.

Y es que la cultura, como la noción de identidad, es también histórica, por lo que conlleva transformaciones, mixturas, variaciones internas, cambios dentro de sí. Esto pensado en el contexto actual de la revolución tecnológica de las comunicaciones, por ejemplo, que han cambiado el sentido tradicional del tiempo y el espacio, donde además la cultura sirve ahora de escenario para entender “cómo se organizan las diferencias y los conflictos en una sociedad” (Grimson, 2001: 25-26). Así, la pretendida homogeneidad cultural, en donde no es posible reconocer la diferencia constitutiva de la identidad, es más una concepción que busca legitimar hegemonías y formas de poder. Por tal razón, se hace imperioso reconocer al “otro” dentro de un contexto cambiante, donde las culturas se evidencian con determinada forma de expresión, para hablar y plasmar sus pensamientos. En este campo de tensión, el diseño artesanal encuentra un ámbito de trabajo propicio para la interacción social con personas y colectivos que por fuera de la institucionalidad han logrado defender sus proyectos de vida, resistiendo creativamente ante los embates de la cultura del siglo XXI.

Ese reconocimiento del otro permite comprender, y más desde la tarea del diseñador artesanal, que las culturas significan el territorio porque conviven en él y desde allí muestran su hacer diverso, en este caso, las artes de hacer del pensamiento artesanal. De tal suerte, la convivencia de las culturas dentro de un territorio hace posible ver y analizar la constitución híbrida de las identidades, que Néstor García Canclini (2004) ha llamado multi-

culturalidad, por cuanto se trata de la coexistencia de culturas diferenciadas en muchos aspectos que, por ello mismo, mantienen tensiones e intercambios históricos, a nivel simbólico y material; es decir, están siempre en contacto, en interrelación, lo cual hace imposible la homogeneidad como única forma válida de existencia.

Esa interrelación da cuenta de otro concepto, que traemos al caso, pues es importante ser entendido por quienes deciden seguir el camino del diseño artesanal: la interculturalidad. Según Alejandro Grimson (2001:15-16), la “interculturalidad contiene un conjunto inmenso de fenómenos que incluyen la convivencia en ciudades multiétnicas [...] incluye dimensiones cotidianas, a veces personales, de extrañamiento frente a la alteridad”. En el contexto intercultural de las localidades de Colombia y El Salvador, a las cuales hacen referencia los artículos de este libro, los grupos humanos existen y se agrupan en relación a otros que se definen como diferentes. Con esto entendemos que lo intercultural implica relaciones no siempre de aprobación, sino mejor de disputa por el sentido y los valores que los definen, en el cual la heterogeneidad es un factor constitutivo del ser cultural latinoamericano (Quijano, 2000).

De esta forma, y de acuerdo con Néstor García Canclini (2004: 15), la multiculturalidad y la interculturalidad, son términos diferentes que “implican dos mundos de producción de lo social: multiculturalidad supone aceptación de lo heterogéneo; interculturalidad implica que los diferentes son lo que son en relación de negociación, conflicto y préstamos recíprocos”.

Partiendo de lo anterior, este libro que reflexiona en torno al diseño, la artesanía y la identidad, pretende visibilizar las experiencias académicas de docencia e investigación particulares, donde el trabajo con estudiantes ha permitido observar, describir, indagar y reflexionar acerca del contexto caucano y salvadoreño, cuyas prácticas culturales son singularmente diversas, necesariamente disímiles, sin embargo, dando cuenta de esa hibridez identitaria de la que hablamos anteriormente y que constituyen espacios de reflexividad propios para la interlocución cultural y el trabajo colaborativo con los agentes artesanales.

Dentro de esas prácticas culturales encontramos la artesanía como una actividad primordial para la subsistencia de grupos y personas que no sólo ven en ella una opción laboral sino también una forma de vida. Tal y como lo exponen algunos de los autores que suscriben estos artículos, con el diseño artesanal se busca mostrar que la artesanía no es sólo una forma de subsistencia material, sino un aspecto estructural en las sociedades locales que contiene una dimensión trascendente, de orden simbólico, ligado su sentido a necesidades de expresión estética, lúdica y de resistencia cultural, por lo que se ha hecho imperioso mantener o bien rescatar los valores culturales tradicionales en relación con los nuevos valores del mundo contemporáneo, lo cual se impone como un reto de la configuración intercultural entre el sector artesanal tradicional y la formación académica del diseñador que tiene acceso al conocimiento tecnológico. Es así como se ha hecho posible reflejar lo múltiple y diferente de la cultura actual y de sus identidades en el trabajo elaborado por los estudiantes diseñadores de las instituciones ya mencionadas.

Tenemos, entonces, que las experiencias descritas presentan la aplicación de los “factores locales” (Montaña, 2006) a la hora de elaborar diseños para distintos productos, pues esos factores son los que no sólo aportan identidad al objeto, sino que expresan las identidades del lugar y de los agentes artesanales. De igual forma, tales experiencias de vida permiten apreciar la relevancia de un debate constante sobre lo propio y lo ajeno en el diseño, pues, como hemos dicho, nos encontramos en contextos diferenciados por factores culturales, étnicos, sociales, económicos, políticos, estéticos, religiosos, donde si bien prevalecen formas culturales ancestrales, también recibimos y acogemos aquello que viene de fuera, en una permanente interrelación, que como veíamos, es propia de la dinámica intercultural de sociedades heterogéneas.

Es por lo anterior que en el departamento del Cauca, al sur de Colombia, y en otros lugares de América Latina, como San Salvador, hallamos ejemplos singulares que exponen la gran variedad de trabajo artesanal, pues el intercambio y contacto permanente entre culturas ha generado que en estos territorios

la artesanía sea un arte de la diferencia, el cual, a partir del estudio investigativo de lo identitario, puede ahora relacionarse más visiblemente con el entorno social. De allí la importancia de la educación en este ámbito, ya que los estudiantes han visto la necesidad de formarse bajo metodologías de interacción pedagógica que permiten la observación directa, la exploración *in situ* de técnicas y saberes propios, y la interlocución personal con personas y comunidades que en sus contextos locales trabajan día a día con la artesanía, esto con el fin de unir la experiencia y el saber de la gente con el hacer conceptual académico, cuyo resultado es la comunión entre teoría y práctica, el vínculo restablecido entre discurso y experiencia, que se traduce en la realización de objetos artesanales con sentido cultural y no sólo mercancías estándar.

El panorama de apertura cultural para el diseño artesanal, entonces, se amplía ahora gracias a la labor de las Instituciones Educativas locales que en Popayán y San Salvador, continúan su trabajo de formar profesionales que analizan porque investigan creativamente de la mano de la gente, pensando en la riqueza material e inmaterial de nuestros territorios, donde las identidades y culturas se tocan y cambian constantemente para seguir conformando esa gran gama de lo que venimos siendo desde hace cinco siglos.

C.S. Paola Martínez Acosta
Investigadora Independiente

REFERENCIAS

- García Canclini, Néstor
2004 **Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad.** Gedisa Editorial, Barcelona.
- Geertz, Clifford
1989 **La interpretación de las culturas.** Gedisa, Barcelona.
- Grimson, Alejandro
2000 **Interculturalidad y comunicación.** Editorial Norma. Bogotá.
- Hall, Stuart
1997 **La cuestión de la identidad cultural.** Documento PDF
- Montaña Cuellar, Jorge
2002 *“El factor local”*. Monografía. Fortaleza, Brasil.
- Quijano, Aníbal
2000 *“Colonialidad del Poder y Clasificación Social”*, en: Journal of world-systems research, VI, 2, Summer/fall 2000, 342-386. Special Issue: Festschrift for Immanuel Wallerstein – Part I. <http://www.jwsr.ucr.edu>
- Wade, Peter
2002 *“Identidad”*, en: **Palabras para desarmar.** Ediciones Ministerio de Cultura. Instituto Colombiano de Antropología e Historia, Bogotá. pp. 255-264

DISEÑO ASOCIATIVO: DEL DISEÑADOR AUTOR AL DISEÑADOR FACILITADOR

JORGE MONTAÑA¹
Diseñador Industrial

Presentación

El presente artículo pretende hacer algunas reflexiones sobre el diseño en Colombia y Latinoamérica, y su aplicación en consorcios, comunidades, asociaciones y cooperativas, dejando de lado la tradicional visión de diseñador-autor a cambio de una de diseñador-facilitador.

Antecedentes

El diseño industrial está cumpliendo 35 años en Colombia. Por tanto, un balance histórico es más que necesario, pues sigue siendo un programa joven que, ante los cambios presentados por la globalización, sufre una crisis de identidad.

¹ Realizó estudios de posgrado en Italia de Diseño de Muebles y Gestión de proyectos, también es especialista en trabajo de gestión de productos e innovación con comunidades productivas. Actualmente trabaja en su empresa *Duodiseño* en Bogotá.

Es preciso indicar, no obstante, que dicha crisis viene también desde su misma definición, por cuanto estima que el diseño sólo se da a nivel de productos para la industria. No obstante, está más que demostrado que un diseño no se presenta sólo en el mundo de la industria, en tanto los diseñadores han prestado servicios en otros muchos sectores.

Pero la crisis en la definición se debe en parte a que los diseñadores nacionales fuimos formados bajo los parámetros de las escuelas europeas, especialmente la alemana. La primera facultad de diseño de Colombia fue la de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, cuyo decano, el arquitecto italiano Vinaccia, que venía de Venezuela, trajo los primeros profesores de Alemania, educados con los esquemas de la escuela de U.L.M, sucesora de la Bahaus, la cual se caracteriza por su rígida metodología científica dirigida al desarrollo de productos. Ellos formaron inicialmente a un grupo de profesores venidos de la arquitectura, quienes comenzaron con mucho entusiasmo la profesión. Más adelante, las facultades subsiguientes en las universidades Javeriana y Nacional, siguieron los lineamientos de la Universidad Jorge Tadeo, cuyos egresados se desempeñaron como los primeros docentes nacionales.

Pocos años después se abrió la facultad de Medellín y apenas recientemente otras ciudades intermedias han abierto sus facultades, siempre siguiendo los modelos de las anteriores. En este entorno llegaron los primeros profesores de pos-grado, casi todos formados en instituciones italianas y varios de ellos hoy decanos de sus facultades.

Durante las primeras dos décadas el diseño industrial en Colombia era urbano, atado necesariamente a las empresas y a productos industriales, debido a la formación italiana con énfasis en productos de fuerte comunicación dedicados a mercados altos, donde el diseñador se convertía en una mezcla de estrella y autor, o en palabras del brasileño Ivo Pons, en *diosenhadores*; es decir, en profesionales que debían resolver todos los problemas a través del diseño en abstracto, la solución fabulosa para que las empresas brillaran.

Este esquema se vio rápidamente superado por la realidad y en pocos años generó, en casi todos los diseñadores, una sensación de frustración que, afortunadamente, ha sido canalizada en otro tipo de acciones y posibilidades antes inéditas.

Como nuestras empresas grandes no son muchas y situadas en pocas ciudades, las escuelas de provincia se han dedicado sin complejos a buscar esos otros caminos distintos; es desde ellas donde han salido varios nuevos profesionales que con una mirada más fresca, están recorriendo instancias diferentes a lo que antes se conocía como norma.

En estos nuevos caminos diferentes al diseño de productos para industrias, hemos visto en los mercados urbanos la formación de empresas auto-productoras, de producción, algunas más de intermediación y montaje de productos, las cuales aprovechan la fantástica base de proveedores y técnicas de ciudades como Medellín y Bogotá y algunas ciudades intermedias. En otros casos, el diseño ha estado dirigido hacia la artesanía, como se aprecia con la organización denominada Artesanías de Colombia, que posee un programa de diseño de más de 30 años.

¿Qué ha cambiado?

Se ha visto dramáticamente que la relación de diseñador con cliente, donde el diseñador ofrece sus servicios profesionales para una empresa de producción, es muy limitada a empresas grandes o medianas y claramente no es una prioridad de los empresarios. Esto porque normalmente las grandes empresas tienen su diseño resuelto con algunos pocos funcionarios internos, por lo que, ciertamente, no van a absorber la inmensa masa laboral que sigue saliendo de las universidades.

En otro camino, vemos también que las posibilidades digitales han abierto nuevos campos, como es el caso de diseño para entorno web, digital, vídeo juegos y animaciones. Esto ha llevado a las facultades a concluir que la formación en diseño debe ser general y que por ello se debe cambiar el esquema de

desarrollo de productos, lo cual implica cambiar soluciones técnicas que pueden presentar, por ejemplo, planos detallados, despieces y conocimiento de técnicas y materiales, por un entorno generalista, donde el diseño del producto es parte de una experiencia y comunicación hacia el cliente. Esta teoría se encuentra muy en boga en Europa, donde las empresas tienen los recursos suficientes para hacer todo el proceso con una gran cantidad de profesionales y donde se desdibujan los límites entre las diversas especialidades; no obstante, esta idea ha llevado a serias confusiones para nuestro entorno.

Encontramos, de igual forma, otra tendencia que ve necesario desarrollar capacidades de gestión empresarial, gerencia y mercadeo en los estudiantes de diseño. Se trata de un esquema limitado, pues observamos que los diseñadores empresarios generalmente dejan de ser diseñadores para entrar en la selva del mercado, donde acaban con los mismos problemas de otras empresas y suelen perderse en la multitud.

Para saber cuál es el tipo de diseño que requiere este país, sin ser generalistas, tenemos que partir de varias premisas. La primera es la diversidad de pequeñas empresas asociadas que quieren y deben acceder a programas, capacitaciones y consultorías de diseño. La otra parte es entender las características de nuestro mercado en particular y las posibilidades de exportación cuando es posible.

Así las cosas, vemos que las industrias tradicionales conocen el diseño, varias de estas lo utilizan cotidianamente y en algunos casos está totalmente involucrado a la estructura de las empresas, en otras no tanto o simplemente no existe, pues los empresarios resuelven copiando diseños o tratando de competir con precio.

De tal suerte, lo que se aprecia muchas veces es la ansiedad de negocio de la Pymes por encima de un conocimiento integral del diseño. Estas pequeñas y medianas empresas son subcontratadas por grandes empresas, pero no temen arriesgarse para tener diseño, así sea a través de la venta al diseñador que a su vez lo lleva al público.

Otro camino a tomar dentro del entorno de la globalización y el libre comercio, es el de la determinación de los sectores o empresas que tienen el mayor potencial competitivo global, por fuera de las exportaciones tradicionales. Estos son sectores nacientes que aprovechan los factores locales como grandes polos de desarrollo y que necesitan diseño para consolidarse; son los llamados *clusters* que el gobierno define como “de talla mundial”.

De lo anterior, encontramos ejemplos dentro de los sectores agrícola, de frutas exóticas, el agroturismo, *software*, vestuario, etc. El problema es que para llegar a éstos o tener oportunidad de trabajar en ellos, los diseñadores también deben articularse desde dentro de estas asociaciones temporales, como parte del negocio y adquirir nuevas competencias, pues es muy diferente el abordaje de este tipo de proyectos a los tradicionales.

En ese sentido, es importante saber cuál es el tipo de abordaje que debemos hacer. Para ello es necesario entender la situación y características de estas empresas y lo que una intervención en diseño va a representar en términos financieros; es decir, todo lo que implica dentro de la empresa el desarrollo y lanzamiento de productos. Esto es principalmente un complejo proceso de comunicación y divulgación, donde el nuevo producto es apenas un pequeño engranaje fundamental.

Como la característica principal de las empresas pequeñas es la falta de recursos para inversión, el hecho de abordar proyectos de alta innovación es un riesgo altísimo que hace que probablemente el resultado sea abortado, generando frustración en el empresario.

Por lo tanto, es esencial conocer que el proceso de diseño en una empresa tiene varias instancias; es como una escalera en la cual, entre más se va subiendo más costoso es el proceso. Dichos escalones los podemos dividir en cuatro categorías:

- 1 *Mejorar*
- 2 *Evolucionar*
- 3 *Innovar*
- 4 *Revolucionar*

Mejorar: A partir de las condiciones y productos de la empresa, se introducen pequeños cambios sin salir del esquema comercial y de tipo de productos; se mejoran terminados, prestaciones del producto o comunicación de sus atributos, en sí el diseño del producto es evolución de lo existente.

Evolucionar: En este proceso se analizan nuevos mercados y posibilidades a partir de lo que ya se tiene, pero dando campo a nuevos productos para necesidades cambiantes o a partir de nuevas posibilidades tecnológicas o de necesidades nacientes que se determinan en la empresa; la creatividad se hace más importante.

Innovar: Este es el punto donde la empresa hace de la creatividad un negocio, rompe con conceptos tradicionales y se atreve a proponer ideas nuevas, pero la innovación tiene que ser permanente y sistemática. En estas empresas hablamos de diseño estratégico.

Revolucionar: es el momento donde el salto del diseño colinda con los terrenos de la invención, dejando sectores o productos en el pasado. No existen empresas colombianas en esta categoría. Un ejemplo de ello es la aparición de las sillas de plástico inyectado para exteriores, que desplazó los productos de alta mano de obra con elementos de sólo dos pasos: inyección y retirada de rebaba. Es importante tener en cuenta que ninguna empresa es revolucionaria en el tiempo, ocasionalmente las empresas innovadoras logran productos revolucionarios.

En Colombia, casi la totalidad de las empresas que usan el diseño se encuentran en las dos primeras instancias y es allí donde nos desempeñamos los diseñadores. Dentro de ese contexto, el error más común de los jóvenes profesionales es no reconocer cuál es el tipo de empresa en la que se mueven y de tal forma trabajar en su correspondiente categoría, pues cuando se trata de innovar en una empresa que está evolucionando, casi a la fija el proyecto muere debido a que la empresa no está preparada para cargar con el costo que significa pagar y comunicar esta innovación.

La identidad de la empresa y el diseño

Al igual que cualquier persona, cada empresa tiene su personalidad y carácter. Por eso, es más usual que el diseñador tenga que adaptarse a ésta a que con su pretendida originalidad trate de que la empresa se adapte a sus nuevas ideas, las cuales suelen llegar de paracaídas a partir de un análisis de problemas existentes o de usuarios, como si estos fueran ajenos a la empresa.

Usualmente las empresas tienen clientes que se identifican con sus productos y servicios, o sienten una simple afinidad con sus integrantes; por tanto, la idea de nuevos diseños de productos muchas veces no corresponde al carácter de la empresa. Everfit², por ejemplo, nunca va a poder vender ropa de lujo, pues a pesar de que quisiera traer las mejores telas y grandes diseñadores, su público identifica a empleados medios; si esta empresa deseara incursionar en la ropa deportiva para adolescentes, probablemente tendría que crear otra marca y partir de cero.

En esa dirección, un diseñador que entra a una empresa de cualquier tipo, debe realizar primero un diagnóstico, inicialmente de empatía con los principios, puesto que debe tener una razonable identificación con ellos. Asimismo, debe evaluar la relación y percepción de esta empresa con el entorno local y con los usuarios o clientes acerca de lo que esperan de la empresa, de tal manera que pueda empezar a trabajar a partir de un conocimiento previo sobre mercado, usuarios, factor local, y así respetar la compleja telaraña de relaciones sociales, productivas, financieras y laborales.

Pero el carácter o personalidad empresarial, además, tiene dos factores que debemos considerar: los atributos intrínsecos y los atributos incidentales. Los intrínsecos son aquellos que definen la empresa y los incidentales son los que se crean a partir de situaciones. En otras palabras, la personalidad no cambia, pero los retos puntuales sí generan acontecimientos y acciones

² Marca de vestuario

diversas. Si el diseñador no logra distinguir entre estos dos aspectos, y usualmente ni lo piensa, no podrá integrarse ni integrar su trabajo a esta personalidad empresarial.

En el caso colombiano, se hace necesario tener en cuenta también que como en las empresas la figura del dueño es tan fuerte, la simpatía entre diseñador y empresario es fundamental, pues cuando no hay empatía, la que generalmente no se da cuando llegamos de salvadores, simplemente no pasa nada.

Llegar a una empresa hablando con la jerga aprendida en la universidad, limitarse a recopilar la información para el proyecto sin compartirla con el empresario, pensar que el proyecto sólo compromete al diseñador y por ello presentarlo como solución unilateral o confundir lo que el cliente cree que quiere con lo que necesita, son elementos que generan una comunicación equivocada y dan al traste hasta con los mejores proyectos.

Jerarquía, diseñar o facilitar

Nuestra educación y cultura privilegia una relación jerárquica, retratada cruelmente en la estratificación social. Este hecho se traslada al ámbito académico y por ende los profesionales, en este caso diseñadores, se sienten en los más altos escalones de la jerarquía empresarial, puesto que van a definir los productos o comunicación de las empresas. Esto, a todas luces, se trata de un gran error que, en cambio, hace percibir al diseñador como pedante, lo cual crea barreras y no le permite ver muchas veces lo más evidente, pues las buenas ideas no son su privilegio y surgen usualmente de humildes operarios o de empresarios creativos. En aquel refrán de 10% de inspiración y 90% de transpiración, nos corresponde repartir los créditos de la primera parte y asumir integralmente la segunda.

Es este factor individualista uno de los que más dificultan el desarrollo profesional. El problema está también en que nuestra formación en diseño es europea y nuestra tradición y cultura es mestiza, así que tendemos a esperar que, como en Europa, seamos

algún tipo de estrella de diseño de amplio reconocimiento, aunque nuestra cultura sea otra muy distinta de la europea.

A lo anterior agregamos que la información de los medios, especialmente las revistas de diseño, repiten este esquema de valorización del diseñador como estrella individual e ignoran la labor del mismo dentro del contexto social o empresarial. Estos medios generan mayor confusión en las expectativas de los nuevos profesionales y empresarios al presentar los productos como resultados que salen del cubilete del diseñador sin entender el entorno operacional del proceso donde este profesional es uno más.

Vemos entonces que durante décadas nuestro empresario ha hecho su empresa a base de la copia y la re-interpretación de otros productos, lo que llamamos “frankensteins”; es decir, mezclas y adaptaciones de productos, basando su crecimiento y progreso en esta estrategia, lo cual aparentemente está funcionando y ha funcionado probablemente por décadas. Pero en realidad el buen diseñador debe oficiar como facilitador, canalizando la información disponible hacia un diseño. Además debe tener un aguzado sentido de observación y aportar su gestión desde de una posición de humildad y reconocimiento de lo ya caminado, entendiendo qué factores han hecho de la empresa lo que es y cómo se puede mejorar a partir de lo ya realizado.

Entendemos, entonces, la necesidad de analizar este proceso para, más bien, encontrar nuevos caminos teniendo en cuenta el factor local y el entorno como el punto de partida y así ir a favor y no en contra de la corriente. Por tanto, no se trata de creer que como magos vamos a sacar algo nuevo y que por ello va a ser exitoso, sino de comprender que es posible hacer algo a partir de la personalidad de la misma empresa aprovechando lo que tiene a favor y minimizando las dificultades perfectamente a la medida de la misma.

El diseño en los pequeños

Mencionábamos antes que la mayoría de las empresas colombianas son muy pequeñas, por eso están casi todas en el proceso de “mejorar”, ya que tienen pocos recursos para investigación y desarrollo; además se desenvuelven en un país de gran concentración de renta, donde el principal valor del producto tiende a ser el precio. En este entorno no hay mucho campo para un diseñador tradicional, apenas puede llegar a ser generador de nuevos productos, aunque trabajando hacia la generación de oportunidades de negocio, donde el diseño es el paso inicial. Es por ello que varios diseñadores mandan a hacer sus diseños en estas empresas y los venden directamente a clientes o almacenes, o hacen alianzas de tercerización; en otras palabras, se vuelven clientes.

Así las cosas, el 94% de las empresas tienen menos de cinco personas y producen el 87% del PIB. Por tal motivo, una manera novedosa de trabajar para el sector productivo es asociativamente, a partir de cooperativas, consorcios y asociaciones con apoyo de órganos del Estado como alcaldías, gobernaciones, o entidades como Cámaras de Comercio o SENA, dentro de sus programas de capacitación empresarial.

En Colombia se está abriendo un campo enorme para estas acciones que todavía no ha sido evaluado por los profesionales del diseño, quienes siguen sintonizados en la versión de diseñador tradicional. Para que estas empresas accedan a programas de competitividad o capacitación gerencial, que es donde se encuadra el diseño, necesitan, obligatoriamente, estar asociadas para obtener un grado de representatividad y acceder así a estos programas o a negocios de mayor escala y tener publicidad conjunta.

Los programas de asociativismo del gobierno nacional buscan estos sectores a partir de las vocaciones productivas regionales y tratan de agruparlos en *clusters* o cadenas de valor, de modo que sea posible facilitar su accionar regional y proyectarse a través de la asociación con colegas de la misma región. Este tipo de asociaciones las vemos en los sectores agropecuario, de

artesanía, de muebles, de turismo y varios más, donde el diseño es un componente de una cadena más compleja que funciona en la medida que los empresarios se organicen.

Usualmente estas acciones son comunitarias y por tanto el diseño también lo es. No es viable llevar diseño “paracaidista”; es decir, tener soluciones prefabricadas que no sean creadas a través del mismo espacio cooperativo, y esto implica necesariamente que el diseño, como los otros esfuerzos para la gestión de los equipos, consorcios y negocios, debe ser comunitario, realizado por los propios empresarios. En este contexto el diseñador encaja como parte del equipo, es mucho más funcional y produce mejores resultados. Se trata, entonces, de oficiar como gestor y facilitador de procesos de creatividad dirigidos pero no direccionados por el diseñador dentro de talleres participativos. Lo afirmado hasta el momento, puede expresarse también en términos coloquiales, definiéndolo como “dos cabezas piensan mejor que una”, y cuando estas cabezas son 25, como sucede en estos espacios, los resultados suelen ser sensacionales.

El diseño comunitario

Actuar con éxito en este tipo de espacios implica generar nuevas metodologías, debemos liberarnos de prejuicios y empezar a generar creatividad lateral; es decir, hacer esfuerzos conscientes para llegar a la innovación a partir de cruces de informaciones aparentemente desconexas pero que vamos tratando de conectar de manera creativa.

Para lograr esto, inicialmente se estudia y analiza todo el “factor local” (Montaña, 2002) del grupo de empresarios, todo lo que el entorno facilita, limita o influye en el producto. Estos factores locales son: su mercado, las redes de clientes, las vocaciones productivas, el entorno socio-económico, el clima y geografía y especialmente la identidad y cultura, que suelen ser fuentes de conceptos muy interesantes.

Determinados estos factores locales, las fortalezas y potenciales de las empresas participantes, se procede al ejercicio de “pensamiento lateral” que conduce a las ideas creativas. Este ejercicio se puede hacer recortando revistas de actualidades, tomando fotos para ver necesidades o tendencias, discutiendo acerca de elementos de identidad local o haciendo evidentes elementos de identificación local y cruzándolos con elementos globales, sin olvidar las posibilidades de la empresa en un medio de comunicación sana, donde no se asume nada si no que se pregunta insistentemente. A partir de todo ello se va logrando un trabajo de síntesis con las conclusiones que se van generando.

Este esfuerzo primero lleva a temas de trabajo, luego a conceptos y finalmente a ideas de nuevos productos. Además, con este ejercicio se pueden ejecutar rápidamente prototipos que posteriormente generen líneas o colecciones de productos. De tal forma, el empresario, que conoce su mercado, va filtrando ideas que a pesar de ser buenas no tienen aplicación comercial definida.

Cuando se entienden los factores locales como diferenciales globales y se empieza a trabajar sobre los mismos, el ejercicio empieza a generar un redescubrimiento de valores e identidad que es en últimas un ejercicio de mejoramiento del auto-estima. Para explicar mejor estos dos conceptos me voy a referir a dos casos.

1. Muebleros de EL Retiro-Antioquia

Con la participación del SENA, la cooperativa Génesis, Fomipyme y la alcaldía municipal de El Retiro, este trabajo fue realizado en el año 2007 por iniciativa de la cooperativa de los muebleros. La idea era unir esfuerzos para mejorar la competitividad del sector mueblero, principal fuente de empleos y recursos de este pintoresco rincón de Antioquia, donde tradicionalmente se venden productos a las fincas de la región y a la ciudad de Medellín situada a pocos kms (Ver Imagen 1).



Imagen 1: El proceso de diseño comunitario tuvo en cuenta elementos de identidad, factores locales y procesos de pensamiento lateral, a partir del análisis de revistas e imágenes variadas. Uno de los productos realizados fue la mesa de juegos, elaborada en alianza con una artesana que hacía tableros para jugar. Es una mesita donde se pueden ubicar varios juegos con las fichas en un cajón frontal. Además, posee referencias de la arquitectura local en las cenefas laterales. El mueble está siendo producido por la empresa Indumuebles de El Retiro, Antioquia.

El trabajo de estos empresarios se caracteriza por la creación de muebles tradicionales en tonos oscuros e inspiraciones geométricas sin ninguna novedad, cuyos modelos son sacados de revistas de decoración. Es por ello que, a pesar de tener cerca de 400 empresas de muebles, todas las vitrinas lucen muy similares y el factor precio se ha vuelto un determinante.

Teniendo en cuenta que el 95% de las empresas son micro y pequeñas, y que necesitan diseño que no pueden pagar, la opción es hacer trabajo de grupo con ellas para generar los productos a partir de una labor donde el diseñador es el facilitador y motivador de procesos. Esto es posible cuando se hace en comunidades que tienen una gran cultura popular reflejada en arquitectura, costumbres, fiestas, etc., y que poseen una vocación productiva fuerte. En estos casos los resultados pueden ser excelentes, como ha sucedido en el ejemplo mostrado en El Retiro.

Allí, el curso taller se hizo durante cuatro días intensivos, participaron empresarios, funcionarios que desarrollan productos, vendedores de muebles y otros miembros de la comunidad interesados. Invitamos a algunos estudiantes de diseño, para los cuales esta metodología también es muy novedosa, ellos son los catalizadores de cada grupo y ayudan a interpretar las ideas.

El proceso fue desde el principio enriquecedor, pues el primer día se dio una clase presentando casos de éxito de empresas que aplican diseño como estrategia competitiva, se hizo un recorrido por las últimas novedades mundiales del sector, se explicaron las tendencias y sus orígenes y finalmente se mostraron casos de proyectos realizados a partir del estudio en los factores locales y se discutieron los principales factores locales de la ciudad o región, explorando elementos de identidad.

El segundo día se hizo un ejercicio de diseño a partir de la búsqueda de tendencias y necesidades con recortes de revistas de actualidades, ciencias, deportes, que no tienen que ver con muebles y decoración para no tener influencia. En este caso, el trabajo se complementa con imágenes de la región y sus factores locales, tratando de aplicar la identidad en lo que se desarrolla. Con el resultado del ejercicio se empiezan a realizar los diseños que finalmente quedan plasmados en planos aproximados a escala 1-1 sobre pliegos de papel (Ver Imagen 2).



Imagen 2: Resultado de la cartelera donde se encuentran "las tendencias"

En los siguientes dos días, los integrantes divididos en grupos de 5 a 8 personas, ejecutaron sus prototipos con terminados rústicos en los mismos colores que el pueblo tiene en sus casas o que utilizan en las fiestas; estos elementos surgen de manera espontánea entre los participantes para hacer diseño (Ver Imagen 3).



Imagen 3: El grupo empieza a trabajar en ideas a partir de lo descubierto en el ejercicio anterior, teniendo en cuenta los referentes locales.

Un ejercicio anterior donde se analiza usuario, tendencias y mercado, ayuda mucho a darle base realista a lo que se va a producir. En el caso presente, los participantes generaron productos novedosos, tanto en estética como en función, pero con su identidad local, relacionada principalmente con la policromática arquitectura vernácula y sus hermosos paisajes y costumbres; factores fundamentales, puesto que sus clientes son mayoritariamente de fincas de recreo que valorizan este tipo de producto con identidad regional (Ver Imagen 4).



Imagen 4: Mueble creado a partir del análisis de la arquitectura tradicional. En este caso fue necesaria una pequeña capacitación adicional sobre mueble envejecido, que se hizo llamando a un pintor especialista en estos terminados. Por ello es importante que el facilitador también tenga conocimientos técnicos.

2. La artesanía y el Proyecto Boyacá³

La estupenda labor de Artesanías de Colombia, que por más de 30 años ha llevado el diseño a la artesanía, es reconocida internacionalmente. Sin embargo, las interpretaciones de su departamento comercial se centran más en “lo que se vende” por intermedio de sus diseñadores, lo cual conlleva una tendencia minimalista y otros valores propios del diseño interior moderno, dejando resultados que, siendo interesantes, se vuelven ajenos a la artesanía tradicional caracterizada por ser alegre, tropical, necesaria y bellamente recargada, pero vista en contraste como algo arcaico.

El hecho de ver el diseño de los productos como responsabilidad única del diseñador, no de los artesanos que pasaron de crear sus productos a recibir encargos diseñados por otros,

³ Realizado dentro del seminario: “Diseño a partir de la identidad local”. Paipa, Boyacá diciembre de 2008.

generó en ellos una pérdida de identificación con su propio producto, al punto en que se vieron como proveedores y no como creadores, aun cuando el alma de la artesanía es la impronta personal del creador que la ejecuta. Perder la autoría del producto para elaborar la propuesta de otro, implica no apropiarse el diseño y no realizar piezas aparte de las encargadas.

Por lo tanto, el artesano no aprende técnicas de diseño que le permitan progresar cuando no tienen más la tutoría del diseñador y el resultado de su trabajo en esas condiciones no es bueno, pues el comprador percibe que su nuevo producto ya no tiene alma. Así, un esfuerzo de mucho tiempo simplemente se pierde cuando el esquema que lo sostiene deja de funcionar, cuando los encargos son pocos y las ventas malas.

Proyectos como “Casa colombiana”, expusieron espacios con muebles y objetos de diseñadores de Artesanías de Colombia que, por su divulgación y repercusión en los medios, parecen haber dado una nueva cara de diseño de autor irradiada por toda la cadena, pues los productos mostraban formalizaciones geométricas muy básicas, probablemente muy dentro de tendencias internacionales, pero totalmente ajenas a nuestra exuberancia y cultura alegre y tropical, afectando la identidad de su fuente directa: el artesano mismo.

El afán de innovación a todo costo, arrinconó a la artesanía tradicional que no parece tener espacio, dando más valor al trabajo y destreza manual y materiales autóctonos, y olvidando los factores culturales y su enorme valor.

Por lo anterior, a finales del 2008 las mesas sectoriales de artesanías y diseño, instancias que representan a los empresarios dentro del SENA, se unieron para hacer un proyecto que pretendía mejorar la productividad del artesano boyacense, con el objetivo de aumentar la competitividad de la micro y Mipyme, de las comunidades y asociaciones productoras de bienes de índole artesanal o de baja tecnología, a partir del diseño con identidad local dentro de un entorno financiero y mercadológico adecuado.

Era muy claro que la propiedad intelectual del producto tenía que volver al artesano, ya que sólo él podía darle de nuevo esos valores culturales que se estaban refundiendo por la creación

de diseños ajenos que partían de tendencias internacionales. Tendencias que por cierto fueron mal entendidas, pues fue más importante “lo que se vende” y ello tuvo como resultado hacer más de lo mismo, aunque más caro.

El resultado de estos bien intencionados esfuerzos, simplemente ha deturpado la artesanía colombiana que afortunadamente sigue viva, puesto que los artesanos continúan haciendo lo que su sabiduría les indica y por lo tanto su trabajo no depende de eventuales salvadores ocasionales, lo cual evidentemente ha puesto a Artesanías de Colombia hoy en una notable crisis de identidad.

Teniendo en cuenta lo expuesto, se realizó un taller en Boyacá a final del año 2008 con la participación de artesanos de varias regiones, donde se planteó una hipótesis diferente. Se pensó en la posibilidad de que los empresarios y artesanos desarrollaran productos de gran salida en el mercado nacional, por medio del aprovechamiento y comunicación de su diversidad cultural y sus factores locales, entendiendo las necesidades, así como las características del consumidor global. Todo ello, partiendo de su propio proceso de investigación y diálogo. El tema tendencia de “lo que se vende” o “lo que está de moda” simplemente no fue analizado, pues consideramos que el principal valor de la artesanía está en su autenticidad.

Con la invitación de los expertos internacionales Guillermo Cuellar (Sicólogo social) y Heloisa Crocco (artista y diseñadora de Brasil del Laboratorio Piracema de Diseño (2001), que se ha replicado en varios Estados de Brasil) y de Jorge Montaña, aportando la técnica del “factor local”, y tras una previa capacitación de un grupo de replicadores, técnicos y diseñadores, se hizo un proyecto piloto⁴ debidamente documentado y promocionado para ser replicado en otras localidades de Colombia.

⁴ El trabajo realizado está a disposición de los interesados en el *site* de la red latinoamericana de diseño y en el SENA <http://www.rdiseno.com/el-dise-o-vuelve-al-artesano-4.html>. Los empresarios involucrados han aceptado tan bien los resultados que han conformado un consorcio para darle continuidad y presentar en algunas ferias y eventos sus resultados.

Este trabajo es sin lugar a dudas el más importante evento relacionado con diseño y artesanía de los últimos 20 años en Colombia y está destinado a marcar un nuevo camino en la necesaria renovación de las políticas actuales de estos campos, pues debe darse a conocer en otras localidades.

Un equipo multidisciplinario de cerca de 25 personas trabajó a partir de la integración de tres metodologías:

Piracema de diseño (Heloisa Crocco)

Para empezar, es necesario conocer el significado de la palabra *Piracema*. Esta palabra brasilera es de origen indígena y designa un fenómeno natural cuando los peces migran en dirección a las nacientes de los ríos, subiendo las corrientes para reproducirse. Por motivos que sólo la naturaleza conoce, los peces son llevados al local donde nacieron para allá proyectar el futuro a través de la desova. Ese volver a los orígenes para desde ese punto instalar la vanguardia, es la fuente de inspiración y línea estructural del Laboratorio.

El concepto expresado por Heloisa (2001) para sus talleres es: “beber en la tradición y transpirar en la contemporaneidad”. Sus parámetros son los siguientes:

1. Respaldo científico y abordaje multidisciplinar pretenden ser la diferencia entre las acciones comúnmente realizadas en este sector, como el empirismo y la unilateralidad.
2. El artesano es soberano, punto de partida y de llegada de cualquier intervención. Toda una técnica de aproximación es desarrollada con miras a transformar el encuentro de un evento de mutuo interés y retroalimentación. Los versos del Viejo Baihano resumen bien esa idea: “tú me enseñas a hacer encaje y yo te enseño a enamorar”.
3. El producto del artesano es visto como la materialización de su complejo patrimonio cultural. Ello significa que cualquier

cambio en el objeto implica también un cambio en la persona que lo hizo y en consecuencia al contexto al que pertenece.

4. Como la cultura es un elemento vivo, la actividad artesanal debe ser examinada en su profundidad antropológica. Evitar la visión superficial es la única forma de operar los cambios necesarios al artesano sin amenazar su identidad cultural.

5. Finalmente, identificar la esencia del producto artesanal, yendo más allá de su aspecto formal y entrando sin miedo en el plan subjetivo. En la dinámica cultural, la esencia es la puerta de entrada de las ideas transformadoras.

Factor Local (Jorge Montaña):

El factor local es el estudio de las características propias de cada región (costumbres, cultura, clima, localización geográfica, etc.) para proyectar productos adecuados a esta realidad. Los enunciados de tal factor son los siguientes:

1. Cada región tiene características especiales y únicas que se deben aprovechar a favor del diseño.
2. Estas características son de orden productivo, económico, socioculturales, de clima y costumbres y en general de todo el entorno.
3. Los factores locales están impresos en la cultura y en sus manifestaciones como artefactos y soluciones populares que nos dan las pistas para hacer mejores productos.
4. Otros elementos como fiestas, religiosidad, arquitectura, naturaleza e historia pueden además ser conceptos para nuevos diseños.
5. La valorización y aprovechamiento a favor del factor local es la más eficiente manera de ser competitivos.
6. Mirar siempre para afuera en busca de referentes, implica luchar contra los factores locales y al hacerlo se generan productos sin identidad y de mala calidad.
7. Al descubrir y aprovechar a favor estos factores locales, se

debe hacer un ejercicio paralelo de investigación para generar productos con aplicación global.

8. Los elementos de identificación local (iconografía, referentes), son apenas unos de los componentes a tener en cuenta en el desarrollo de los productos, el otro es la identidad interna e intrínseca de quien o quienes desarrollan estos productos, pero ésta surge mediante la contraposición de informaciones aparentemente desconexas en ejercicios de pensamiento lateral que generan un tipo de creatividad asentada en bases reales, con lo cual es más viable generar innovación

Conciencia creativa (Guillermo Cuéllar):

Son estos sus enunciados:

1. Todo individuo es creador y libre, punto de partida y llegada en su expresión auténtica.
2. Todo individuo posee un alfabeto o iconografía interna, propia y legítima emotiva, visual e intelectual que distingue su identidad única y auténtica.
3. La expresión creativa emerge y se valora en su intención original como materia prima y por lo tanto se facilita sin forzar, sin imponer expectativas o juicios con el fin de lograr su crecimiento y desarrollo sin interrupciones.
4. La expresión auténtica se refiere a transformar lo ordinario en extraordinario, a ir más allá de lo cotidiano y lo acostumbrado.
5. Cada expresión creativa cuenta una historia o cuento original.
6. Las iniciativas creativas en el transcurso del tiempo se convierten en hábito de control y supervivencia, perdiendo su frescura y autenticidad. Por lo tanto, el aprendizaje mutuo es esencial para transformar hábitos del control unilateral personales en el logro de la libertad creativa y la colaboración es esencial como apoyo en la creatividad legítima.

Cómo se hizo

El seminario taller cuenta con estos momentos de formación:

1- Para replicadores y facilitadores: Con el grupo de personas que posteriormente trabajan con los artesanos (diseñadores, sicólogos, intelectuales y maestros artesanos), se explica la metodología; se hace una inmersión a ella con el estudio de alrededor 10 casos nacionales e internacionales, en donde el abordaje es de manera concertada y estratégica, teniendo presente los materiales, la cultura, la tradición y las técnicas autóctonas de los artesanos de la región; se estudian casos diferentes y sus resultados; se acompaña todo el proceso con talleres en psicología organizacional y desarrollo multidisciplinario para lograr de la manera más asertiva el acercamiento y trabajo con las comunidades artesanas. Es de relevancia anotar que en el presente ejercicio, los artesanos participantes pertenecen a 6 provincias diferentes del departamento de Boyacá y por consiguiente manejan oficios artesanales diversos.

2- Taller con los artesanos: El segundo momento del Seminario se desarrolla con los artesanos ejecutando la metodología y transfiriendo todos los contenidos apropiados por el grupo de facilitadores. Es aquí en donde se diseña y elabora el producto artesanal con un concepto de diseño investigado y concertado con el grupo de artesanos de su respectiva provincia. Este momento se acompaña de conferencias, taller sobre factor local, modelos empresariales para la artesanía, marketing estratégico, moda y artesanía y sostenibilidad para las empresas de trabajo asociado, entre otros aspectos.

3- Imagen Visual: De manera simultánea y con la intervención de los artesanos, se desarrolla la marca y un slogan que identifica la colección, basada en los dibujos elaborados por los mismos artesanos que han logrado un consenso frente al tema. En el presente caso se trató el siguiente slogan: “De Boyacá pa’ sumercé”

4- *Reunión final*: Para terminar se realiza un balance y se establece continuidad del programa por los empresarios.

Con lo anterior, el objetivo del taller fue generar unas colecciones, entendidas como varios productos complementarios para un uso específico (en este caso mesa-cocina), con un hilo conductor como los elementos de identificación determinados por los artesanos. Estos productos son finalmente catalogados y presentados con una identidad visual conjunta (Ver Imágenes 5 y 6).



Imagen 5: ¿Qué relación tiene una ruana con los elementos de la mesa? Ese es el origen de este producto. La ruana mantiene la temperatura y en la mesa es necesario mantener caliente el pan. Esta panera presenta varios elementos altamente innovadores como la mezcla de la lana reforzada por el fique que le da una mejor estructura. Al desabotonarse queda totalmente plana. lo que facilita limpieza. Es uno de los productos diseñados por los artesanos boyacenses de su línea “De Boyacá pa’ sumercé”.



Imagen 6: Un cesto multiuso inspirado en la fruta de la feijoa. Este producto une dos materiales: el fique y la lana, logrando un objeto muy diferenciado, donde además de la innovación lograda por la mezcla de materiales, se crea un carácter particular a partir del concepto inicial: la fruta.

Al momento de terminar el ejercicio los artesanos participantes estaban totalmente entusiastas, tomaron como propio todo el ejercicio, se comprometieron a replicarlo en sus comunidades y adoptaron la marca e identidad visual como propia, al punto de solicitar los pasos para registrarla y establecer parámetros para su uso.

En los siguientes meses, ellos siguieron trabajando en conjunto para participar en una feria nacional y presentar los resultados consolidados. Todo ello dio tiempo incluso de abrir un blog y página web participativa y nombrar delegados para seguir adelante con el proyecto. Calculamos con ello que este proyecto en un plazo de un año va a renovar la artesanía boyacense a partir de la identidad y va generar varias asociaciones inter-artesanos, a partir del intercambio de saberes y técnicas en productos compartidos.

Conclusiones

Lo aquí relatado consiste ante todo en reflexiones creadas a partir de la vivencia de muchos años con la micro y pequeña empresa, donde todos los diseñadores latinoamericanos acabamos de una u otra manera involucrados.

Por tanto, la idea fue mostrar en estos párrafos que la relación del diseñador con los sectores productivos implica una nueva visión que va en contravía de la relación diseñador-empresa propuesta por la academia durante muchos años.

No se trata de una visión excluyente ni una verdad revelada, es apenas otro camino y no excluye otras visiones y relaciones. El diseño, es cierto, tiene que adaptarse a las necesidades del entorno, así como lo hacen los productos que proponemos los diseñadores.

En esta visión priman nuevas competencias, no bien comprendidas por el diseño tradicional, especialmente en el campo de las relaciones humanas y la psicología, donde este enfoque propone repartir la carga del diseño entre todas las personas que hacen el día a día de la empresa. De tal suerte, queda por cuenta del diseñador descubrir y guiar al empresario desde su factor local y desde la generación de mucho pensamiento lateral, discutiendo con muchas fuentes de información de una manera dinámica, no apenas registrando lo que la vieja metodología llamaba el análisis de lo existente.

Entre las nuevas competencias que debe adquirir el “diseñador facilitador”, está la gestión de proyectos por encima de la mentada gestión de diseño, que no es sino la comprensión del marketing empresarial desde los atributos de los nuevos productos, algo al alcance de varios otros profesionales mejor capacitados.

La gestión del proyecto implica trabajar con objetivos muy ambiciosos de largo plazo y objetivos secundarios de corto plazo que van llevando hacia el objetivo mayor, siempre relacionado con el aumento de la competitividad de los sectores envueltos en los proyectos. Todo ello, no obstante, se debe hacer dentro de instancias colaborativas con el apoyo del Estado y

órganos de fomento, donde necesariamente el diseñador es un miembro más de un equipo mayor, pero donde debe trabajar en el “diseño” de los pasos que llevarán a cumplir los grandes objetivos.

Los proyectos aquí presentados hacen justamente esto y por eso han tenido resultados extraordinarios, pues además de lograr un apoyo, parten y llegan de las necesidades de los empresarios que rápidamente asumen sus proyectos como propios y los sacan adelante.

La alegría y reconocimiento de estos nuevos diseñadores que tenemos la oportunidad de hacer, ejecutar o participar de estos proyectos, es algo mucho más placentero que el reconocimiento profesional tradicional al desarrollar un producto que se considere bueno o bonito; es tener la conciencia que con nuestras acciones comenzamos a generar cambios sociales y por tanto estamos haciendo cambiar y mejorar nuestro país desde su gente. Quien lo entiende así, cambia su visión profesional y de vida para siempre. Invito a mis colegas y lectores a probarlo.

REFERENCIAS

Crocco, Heloisa

2001 “*Laboratorio Primacema de diseño*”, en: www.usos.com.ar

Montaña. Jorge

2002 “*O fator local, Pernambuco*”, en: www.rdiseno.com

**ACERCA DE LA HISTORIA
DEL DISEÑO EN COLOMBIA.
UNA MIRADA AL TEMA DE LA IDENTIDAD
Y EL DISEÑO ARTESANAL EN EL PAÍS**

ALFONSO ESPADA¹

**Grupo de Investigación en Diseño y Arte, D&A
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca**

El campo del diseño colombiano, en casi todas sus áreas, comienza a establecerse a finales de la década de los sesentas y mediados de los años setentas del siglo XX. En esta época es cuando los primeros diseñadores, gráficos e industriales, además de los arquitectos, que se habían formado profesionalmente fuera del país, regresan y forman sus propias empresas de diseño e inician un proceso de producción específicamente en el campo de la gráfica y del mobiliario. Tal experiencia fue muy significativa para el país, ya que se da la apropiación de corrientes internacionales en relación con la emergencia de un diseño propio.

En ese contexto, la Universidad se convirtió en el espacio ideal donde las propuestas y proyectos académicos tuvieron su mayor acogida. Este hecho creó las condiciones adecuadas para la conformación de la mayoría de programas de diversas orientaciones académicas y énfasis teóricos en menos de veinte años.

¹ Además de desarrollar una consolidada obra pictórica, se desempeñó como maestro instructor en la Escuela Taller de Popayán y actualmente es docente investigador de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

El diseño gráfico fue el primer campo que se consolidó académicamente, pues en 1967 se fundó el primer programa en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, a partir de la carrera de Publicidad, y otro en 1969 en la Universidad Nacional.

Pero si comparamos este interés y desarrollo a nivel académico con la aceptación de los egresados en el mercado laboral, podemos deducir que todavía faltan políticas claras que incluyan el componente de diseño; a excepción del diseño gráfico y editorial que siempre han estado muy ligados a la producción industrial. Realmente, sólo hasta hace unos pocos años la brecha entre academia e industria ha logrado disminuirse.

De hecho, todavía son pocas, aunque muy representativas en el contexto nacional, las empresas que vinculan a sus procesos productivos el componente de diseño. El diseño de mobiliario, ambiental, editorial y de vestuario, son tal vez las especialidades donde más se ha afianzado la relación diseño e industria, y donde los diseñadores nacionales han tenido mayores espacios de desarrollo laboral. Los frutos de este trabajo ya se han visto, pues algunas especialidades han logrado reconocimiento internacional.

Es importante conocer que fue en 1976 cuando Proexport propone la incorporación del componente de diseño en los productos de exportación, esto como la herramienta fundamental para la inserción de los productos en mercados internacionales. Posteriormente, en la década de los noventa, el gobierno plantea, mediante un estudio, el diseño como una de las herramientas estratégicas y necesarias para superar el desafío de la competitividad en mercados internacionales. La propuesta del documento habla del diseño como motor y ejemplo para que los empresarios y gremios adopten medidas innovadoras y adecuadas con el fin de competir efectivamente en los mercados actuales.

Y es el campo industrial el que ha liderado la mayor parte de la producción de diseño. Esto se puede evidenciar en eventos como Expo diseño, Expo artesanías y los demás espacios que tienen que ver con el tema y que se realizan no sólo en Bogotá sino en otras ciudades del país. El diseño industrial es la especialidad que realiza la mayor parte de las propuestas en los

sectores de mobiliario, iluminación, juegos y toda la gama de productos que se gestan desde las academias y laboratorios de diseño, así como desde las empresas creadas por los mismos profesionales que han logrado posicionarse en el país y que ya son parte de un renglón que se abre camino en la economía nacional con una proyección hacia mercados internacionales. Es en el diseño industrial donde se evidencian los mejores resultados en cuanto a calidad tanto conceptual como de materiales e innovación.

Ese ha sido el panorama del diseño en el país, que ahora, gracias a la revolución digital en la entrada del nuevo milenio, ha sufrido un cambio fundamentalmente tecnológico. Esto ha abierto un nuevo espectro y facilitado los medios para la implementación de nuevas técnicas y materias primas que hicieron posible elevar y mejorar la calidad de la producción, sobre todo gráfica.

El nuevo diseño gráfico y el problema de la identidad

Con la implementación de nuevas tecnologías y en gran medida con la ayuda de los medios digitales, el diseño gráfico se fue abriendo un espacio y su importancia y necesidad se materializó en gran parte del mundo, gracias a una nueva oleada de material con conceptos innovadores y de muy buena calidad. Esto creó un lenguaje en la comunicación visual, todo se volvió más dinámico y ágil, lo cual se reflejó principalmente en el color, las formas y la tipografía, pues cobraron una dimensión que hizo de la información algo agradable a los sentidos. Así, se rompieron esquemas anteriores y quedó claro que a nivel impreso y digital muchas cosas nuevas, antes ni siquiera pensadas, se pueden hacer.

Pero esta nueva generación de productos gráficos creó otra tendencia, ya que todo empezó a producirse a velocidades insólitas. Desde hace 20 años, todo lo que se produce a nivel impreso (empaques, etiquetas, volantes), es elaborado con materiales que causan un alto impacto en el medio ambiente.

Por lo tanto, las basuras y la contaminación urbana, van muy de la mano del diseño gráfico. A pesar de que existe una gran divulgación de material gráfico por medio de la Internet y otros medios masivos, todavía estamos lejos de adquirir la conciencia eco ambiental que nos permita lograr un equilibrio para no naufragar en un océano de bellos desechos. El uso de lonas sintéticas, vinilos adhesivos y materiales de difícil degradación, sin control alguno, evidencian las limitaciones creativas a la hora de proponer soluciones ambientales con productos gráficos.

Por consiguiente, todo lo que vemos en nuestras ciudades, pueblos y lugares más alejados del “mundo civilizado”, tiene que ver con ese tipo de respuestas. El caso de las tiendas de barrio es un claro ejemplo de cómo una empresa de telefonía celular promueve la contaminación cuando proporciona caja de luz con banner azul sólo con la condición de que el dueño de la tienda venda los minutos del plan, sin tener conciencia ni criterio ambiental. Pero además de ello, el aviso en la tienda aporta publicidad a cambio de desplazar las características propias del lugar, generando así mayor homogeneidad cultural. El resultado es la anulación de la identidad con rasgos propios. Con ello se evidencia que el patrón seguido por nuestras ciudades es imitar los modelos de vida europeos y de Norteamérica.

Expo diseño 2009, ¿otro problema de identidad?

En la versión de Expo diseño 2009 pudimos constatar cómo el diseño industrial del el país ha optado por un lenguaje internacional, tal vez por lograr reconocimiento en los mercados más exigentes. Este rasgo lo consideramos bueno porque se han logrado unos altos niveles de calidad, pero nuestra preocupación crítica se asienta en la tendencia hacia la utilización de materiales sintéticos, por cuanto se busca imitar las texturas y apariencias de los materiales naturales.

Asimismo se advierte una exagerada escala en la dimensión de los objetos y muebles, que entran en contradicción con los espacios de hoy. Las preguntas inmediatas al respecto

son: ¿para quién se diseña?, ¿será que la mayor parte de la población del país tiene esas necesidades?, ¿en qué espacios vive el 70% de los colombianos?

Por otro lado, el discurso actual habla mucho de identidad, a modo de sofisticados y atrayentes lemas como el de “marca país” o “marca región”, y se han desarrollado campañas institucionales exitosas en los medios (Colombia es pasión, por ejemplo). Pero lo contradictorio es que todas están planteadas desde propuestas que sólo involucran materiales y técnicas en donde el componente innovador y la identidad están implícitos únicamente en la parte visual. En el caso dado, se advierte que sólo algunos de los productos de dicha campaña involucran el componente artesanal.

Y es en ese componente donde se debe trabajar para lograr el posicionamiento de ese tipo de productos para que sean reconocidos y valorados no sólo como artesanía, sino como productos de diseño artesanal. Entramos entonces en otro campo del diseño del cual nos ocuparemos más adelante, es algo nuevo que al menos requiere ser descrito en parte.

Si bien las nuevas generaciones aceptan con facilidad los actuales lenguajes de comunicación, es ahí donde está la clave para captar un público ávido de productos novedosos, innovadores. Contrario a lo que se piensa, en los jóvenes sí existe una conciencia y una preocupación por el estado del planeta, lo que tal vez no se ha hecho notorio por parte de los profesionales del diseño gráfico es la capacidad para responder a esas preocupaciones con soluciones que estén por fuera de los esquemas tradicionales. A las nuevas generaciones les atrae también la onda retro por el vínculo que existe con lo que vivieron sus padres, por los imaginarios que crearon en su niñez, por los recuerdos y la memoria cultural, a donde se debe acudir también a la hora de proponer alternativas.

Un caso de innovación se ve reflejado en algunos intentos de pequeñas empresas que están sacando líneas de productos con los materiales usados para los avisos luminosos resueltos en banner sintético. Bolsos, correas, billeteras, accesorios o cojines se perfilan como soluciones alternativas que abren un camino hacia una conciencia ambiental, en tanto está en boga hablar de

eco diseño, aunque todavía falta lograr el equilibrio entre lo que se diseña, cómo se diseña y en qué material se diseña. Lo interesante de este tipo de soluciones de diseño es encontrar cómo algo que fue planteado como aviso tiene ahora un nuevo lugar en el mundo de los objetos de diseño.

Habiendo recorrido ya un camino, el diseño se ha establecido como una alternativa importante desde la cual se pueden generar dinámicas de trabajo en busca de identidad para nuestros productos. Pero el gran paso hacia la identidad en el diseño, o mejor hacia el diseño con identidad, se debe dar desde la academia. Los procesos de formación de las nuevas generaciones de profesionales del diseño gráfico e industrial, deben basarse en metodologías y dinámicas enfocadas en nuestra realidad y sus contextos socioculturales. El reconocimiento de nuestra historia, nuestra cultura y costumbres, el conocimiento de nuestra geografía y regiones, de la gente, sus espacios y necesidades, son la fuente de la cual podemos tomar todos los elementos necesarios para lograr posicionar el diseño colombiano.

Hacia una búsqueda de identidad

El camino hacia la búsqueda de una identidad de país que se refleje en lo que consumimos, usamos y vivimos, no ha sido fácil y no es un problema reciente. En la década de los ochentas del siglo anterior se veneraba sin reparo alguno todo lo que venía de afuera y si provenía de los Estados Unidos mejor aún; las referencias propias del país nos avergonzaban, y este complejo cultural tenía su explicación, en parte, al clima de violencia y terrorismo que se vivía. Y aunque durante estos años el único producto de exportación en Colombia era el ciclismo y alrededor de ello se consolidó la identidad del país, al igual que con el café, la imagen que teníamos de nosotros mismos y, por consiguiente, la que proyectábamos en el exterior no nos validaba como seres humanos dignos.

El caso de la música quizá logre ejemplificar la tensión resuelta de la identidad que se debate entre las fuerzas de lo

propio y de lo ajeno, del adentro y el afuera. Recordemos que la creación del rock en español en América Latina dio el paso a pensar que era posible la apropiación y resignificación de los valores culturales en disputa. La reacción inicial frente a este tipo de música fue de rechazo, pero pronto el asunto se naturalizó con el carácter integrador de la música en su dimensión sintética de la cultura. Esto ocurrió cuando por fin los amantes del rock pudieron cantar en su lengua y comprender lo que se escuchaba.

Así que la pregunta por la identidad sigue siendo algo difícil de responder, si no se consideran las fuerzas que la constituyen en un sentido de proceso histórico erigido con el tiempo y que para consolidarse requiere del aporte externo, cuyos influjos e influencias modelizan el ser cultural propio.

Este aspecto es importante por cuanto vimos que en el campo del diseño la mayor influencia era europea debido al retorno de diseñadores formados en las metrópolis del viejo mundo. Esta oposición complementaria de símbolos y hechos revela el carácter problemático de la identidad. Sin embargo, el paso que permite dejar la minoría de edad cultural que significa la imitación y la copia tan arraigada en nuestra forma de ser, es la creatividad, valor que se posee y que debe potenciarse desde la academia. El reconocimiento de ello servirá para superar el estado de espectadores y consumidores de productos externos y en cambio valorar el significado de lo propio.

Otros casos afirman la creencia en los valores culturales, pues los sonidos y las letras colombianas fueron la clave para mejorar la autoestima baja que dejaron el conflicto interno, la violencia social y el narcotráfico. Las expresiones relacionadas con nuestra cultura, con nuestra forma de ser se posicionaron y llegaron a muchos lugares del mundo. La aceptación, los reconocimientos y los premios afianzaron la confianza en lo que se estaba haciendo. Nombrar nuestras cosas en español o usar términos populares se puso de moda y ya no avergüenza como antes. Creemos más en lo que tiene que ver con nuestra cultura, con nuestros símbolos y, por consiguiente, hemos afianzado nuestros sentimientos en el país que tenemos.

Identidad y competitividad

Ligado al tema de la identidad está también muy presente el tema de la competitividad y su importancia en el campo del diseño se debe implementar desde la academia por medio de procesos de conocimiento, estudios de caso y experiencias reales. Las instituciones que forman profesionales y técnicos en el campo del diseño de productos deben establecer convenios con instituciones, grupos humanos y comunidades donde se puedan implementar proyectos de desarrollo y producción, cadenas productivas y alternativas innovadoras que estén ligadas a la realidad productiva del país, pues no es posible pretender crear y diseñar productos bajo supuestos.

Toda producción en el campo del diseño de productos y especialmente los de base artesanal, deberá cumplir con las normas respectivas en cuanto a calidad, cumplimiento de normas ISO y establecimiento de procesos productivos bien definidos que hagan factible el cumplimiento de los requisitos para su futura exportación.

Se puede llegar a ser competitivos con un alto nivel de innovación, creatividad y valor agregado, pero fundamentalmente trabajando en un diseño con identidad, con un gran componente cultural y social que a su vez integre factores como el eco diseño y la utilización consiente de materiales no contaminantes.

Asimismo, se deben analizar aquellas oportunidades invalorable y presentes en las unidades productivas más pequeñas pero altamente arraigadas a una localidad y ver qué particularidades podría o debería presentar un producto Pyme, por ejemplo. Se debe encadenar todo con el tema de las industrias culturales a partir de buenos componentes conceptuales pero sobre todo económicamente viables para los grupos de personas asociadas y que en su mayoría tienen grandes sueños, y además grandes necesidades, quienes han encontrado en el trabajo asociativo la forma de responder a las demandas del mercado contemporáneo.

Cabe recordar que las empresas resultan competitivas gracias a ese diferencial que han sabido construir a lo largo de su trayectoria. Existen diversas variables, tangibles e intangibles,

que convierten al objeto en producto. El objeto devenido en producto se manifiesta como una experiencia totalizadora y resultante de una particular conjunción de aspectos. Desde la materia prima hasta el punto de venta, todas son variables que moldean la construcción de la identidad de producto y de empresa. Por consiguiente se debe tener en cuenta la organización de unas variables según una lógica de escenarios para que el producto pueda existir correctamente en el mercado: escenario material, escenario de la transformación, escenario de la comunicación y escenario de consumo.

Si un producto y una pequeña o mediana empresa no cumplen con estas instancias en el desarrollo de sus ofertas, difícilmente podrán acceder y estar insertos en los mercados. Todo ello debe estar necesariamente claro, ya que se tiende a atribuir a factores externos el fracaso de los productos y de las empresas nacientes por el desconocimiento de todos estos factores que finalmente son los que determinan y garantizan el éxito económico. Aquí es donde el componente de diseño cobra su mayor importancia y su verdadera razón para poder crear la unión perfecta entre producto hecho a mano y producto artesanal diseñado.

Formar diseñadores capaces de proponer soluciones a problemas o necesidades acordes con el entorno en el cual se desempeñan, y además liderar procesos en los que se involucren grupos de personas del sector artesanal, donde la innovación, la investigación con materiales y técnicas revaloren los oficios tradicionales y hagan trascender los productos por medio de factores estéticos, funcionales, económicos, con un alto valor agregado y verdadera carga cultural, deben ser premisas esenciales en todo proyecto de diseño.

Hacia un diseño más humano

Durante el auge de la revolución industrial, la implementación de la producción en serie originó el fenómeno de la deshumanización, pues lo único que primaba era el volumen

producido en el menor tiempo, esto debido a que la estandarización fue la fórmula mágica para poder cumplir con la demanda de productos salidos de las fabricas, que serían consumidos por una población ávida de nuevos aparatos. A este fenómeno hoy le podemos agregar otro no menos preocupante y es el de la despersonalización, gracias a la globalización originada por toda la tecnología digital. Todos estos fenómenos y procesos nos hacen la vida más fácil y, por ende, vivimos de manera acelerada, pero corriendo el riesgo de rodearnos de aparatos que nos distancien de las dimensiones espirituales de la cultura humana.

En tanto vivimos en un mundo con mucho más color que el de nuestros ancestros, y somos hoy básicamente visuales, forma y color van ahora de la mano. Esto, ciertamente, debe tenerlo en cuenta el diseño y aprovechar a su favor tales factores; no obstante, es importante retomar la mística de aplicar todos los conocimientos y metodologías que posibiliten el ejercicio del diseño como disciplina para tomar el rumbo de lo artesanal.

Diseño artesanal, una alternativa basada en la historia

Si bien el entorno actual está lleno de formas visuales que hacen del diseño y de la artesanía actividades enmarcadas en la estructura cultural, no hay que olvidar que el diseño artesanal no es algo reciente. De hecho, es en la historia donde cobra importancia este tema y más si se trata de un contexto como el nuestro: el de una ciudad de tradición en oficios realizados por maestros formados en el tiempo, incluso desde aquella época de colonización europea de América, la cual se constituyó como empresa económica, social, política y cultural.

Tal empresa titánica de construir un Nuevo Mundo, se realizó bajo la tutela de religiosos que vinieron con los conquistadores, quienes estaban convencidos que para poder establecer en América el imperio del rey de España junto con el del dios cristiano, debían, además de purificar almas, adiestrar manos. Los conquistadores que venían con ellos eran hombres aguerridos, sin la paciencia y la destreza requeridas para dominar las artes

de los oficios; es decir, de todo aquello que involucra el saber hacer.

Fue así que los religiosos franciscanos venidos con Sebastián de Belalcázar, sin proponérselo de modo consciente, hicieron posible que en Popayán se creara un maravilloso laboratorio artesanal, en el cual se trabajaba todos los oficios, técnicas y artes requeridas para la ornamentación, iconografía y mobiliario. Albañiles, carpinteros y ebanistas, talladores, canteros, yeseros, doradores, herreros y alfareros, con herramientas y manos sabias, posibilitaron en la ciudad ese mundo de formas, exuberancia y riqueza estilística del barroco español. Al mismo tiempo se construían los templos representativos de la arquitectura central y las casas de los llamados por entonces “más principales”.

Por todo ello, la historia cultural del periodo colonial de América deja para Popayán un gran legado patrimonial de bienes materiales como inmateriales. Los materiales los podemos palpar en muebles, retablos, tallas y arquitectura de templos y casonas coloniales que se mantienen hoy. Y los inmateriales se evidencian en toda esa tradición fundamentalmente artesanal y manufacturera, de oficios, de saberes transferidos por generaciones que se adaptan y proyectan a futuro, apoyadas en los procesos de cambio generados por la modernidad y la globalización vernáculos, que no han sido del todo externos, ya que su influencia se siente en la ciudad contemporánea. Para comprender esto, debe darse un proceso académico en las nuevas generaciones que posibilite conocer, por ejemplo, cómo los más jóvenes piensan su identidad local al tiempo en que acceden a las maravillas del mundo global y digitalizado.

Maestros de oficio, sabiduría basada en la experiencia

No es posible desconocer la sabiduría de los viejos maestros y la tradición de nuestros oficios, pues la eficacia de muchas de las técnicas y materiales que perduran en el tiempo y se proyectan hoy como alternativas renovadoras negadas a

desaparecer frente a la frialdad de la era digital, hacen posible que los jóvenes vean en el aprendizaje y en la transmisión de conocimientos ancestrales la continuación de las tradiciones y la reconversión misma de esos oficios, lo cual lleva a otros usos y sentidos, para unos materiales que trabajados con las mismas técnicas suplan las necesidades de la vida moderna.

Basados en lo anterior, es preciso reconocer que Popayán y el Cauca no son ni han sido regiones con tradición industrial, de allí la importancia de la producción artesanal, pues en muchos sectores los productos elaborados en pequeños talleres son la base de muchas economías familiares.

Experiencia y academia, práctica y conocimiento

El interés profesional por el tema de los oficios, su historia y práctica, tiene que ver con la experiencia personal en el arte de la vidriería que he desempeñado por más de veinte años, la cual ha complementado mi formación académica como diseñador y el trabajo en pintura que realizo. También el oficio artesanal ha influido en mi vida; esto viene de ver a mi padre como maestro albañil, pues ejerció siempre el oficio de la construcción, de modo que tuve su referente como un maestro de oficio con una gran mística y respeto por lo que hacía.

Esas vivencias personales me permitieron consolidar un camino, por lo que en 1998 ingresé a la Fundación Escuela Taller de Popayán para enseñar el oficio de la vidriería y a formar parte del equipo de diseño. Durante los diez años en los que hice parte de la Fundación pude formar a cinco generaciones de aprendices. Además de enseñar, tuve la oportunidad de interactuar con maestros de oficio con mayor experiencia. Mas lo que hizo darme reconocimiento entre los colegas fue la formación como diseñador, la cual debe estar compaginada entre el conocimiento académico y el arte de hacer.

Por lo anterior, entiendo que la escuela, término que acojo tanto como el de taller, es un lugar donde se aprende haciendo y se aprende a partir de la fundamentación básica. La

experiencia local de Popayán me atrajo por eso, en razón a que los procesos de diseño en la academia resultan a veces aburridos, de poca invención y creatividad, en particular porque se restringe al plano teórico sin la debida experimentación directa con los materiales. La estrategia pedagógica de ensayo-error y experimentación-prueba, son términos que en los talleres se convierten en la única forma de tener la certeza de saber si algo funciona o no. Luego está la innovación, la combinación de materiales y la producción. Ver cómo nacen los objetos resulta ser algo vivencial, lo cual si es realizado en la escuela se constituye en una experiencia totalizadora, por lo integral del conocimiento que contiene el aspecto práctico y el aspecto teórico y académico.

El programa de Diseño Artesanal en la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

En este contexto, se creó hace siete años en Popayán el programa de Diseño Artesanal en la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca. Este programa se constituye en la única de esta especialidad en el país y junto con la de la Universidad José Matías Delgado de San Salvador, las únicas en América Latina. La pertinencia de este programa radica en el hecho histórico de las tradiciones locales, los oficios y el patrimonio cultural regional, en tanto lo que está en juego son los conocimientos propios, su transferencia y transformación, que no podemos dejar perder.

El programa de Diseño Artesanal se convierte por eso en una experiencia nueva desde el punto de vista del plan curricular, el cual dinamiza acciones académicas necesarias para lograr una formación integral en este nuevo campo del diseño, cuya búsqueda es la simbiosis perfecta entre el objeto de diseño artesanal y el producto hecho a mano. Encontrar el nivel de mística, calidad y perfección en la concepción y en los procesos y productos, requiere un trabajo serio y de compromiso. Lograr tener laboratorios para probar y verificar o por lo menos trabajar con la mentalidad dispuesta a ello, es el paso a seguir. Mientras

tanto, se trabaja en el posicionamiento del programa, en el cambio hacia una nueva actitud para el diseño, hacia la búsqueda verdadera de la identidad que nos brinde la oportunidad de ver una generación distinta de productos de diseño colombiano.

Estimo que la práctica y experiencia adquiridas en la Fundación Escuela Taller de Popayán, fueron fundamentales y determinantes para apoyar con experiencia propia el trabajo pedagógico que realizo en calidad de docente del programa de Diseño Artesanal de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca. Aquí encontré un espacio con el terreno abonado para desarrollar las metodologías que permitan a los jóvenes entender todos los aspectos que tienen que ver con la historia de la ciudad, su departamento y el conocimiento de materiales, técnicas y oficios que puedan cobrar nuevamente importancia en objetos y productos hechos a mano.

Y aunque “hecho a mano” parece ser algo anacrónico, pre-moderno, incluso, romántico, lo vemos ahora como el rótulo de una moda. Asunto que no sólo debe partir de la frase que sustituye la marca puesta en objetos que generalmente carecen de factores funcionales, estéticos o de calidad en sus acabados.

“Hecho a mano”, desde nuestra perspectiva, significa aplicar toda la sabiduría de los objetos que formaron e hicieron posible la vida para nuestros abuelos y antepasados y que además evidenciaban un profundo respeto por el entorno, el medio ambiente y los seres humanos. Este “hecho a mano”, por tanto, debe llevar a que no sólo hablemos de objetos de la Bauhaus, de la escuela de Milán, del diseño sueco, del danés; que no sólo reconozcamos con facilidad una silla francesa, o una *thonet* sólo con verla, sino también que seamos capaces de reconocer lo nuestro, tal como sucedió con el deporte y ahora con la música. Debemos lograr que los objetos de diseño colombiano se posicionen, alcancen el reconocimiento local y externo y que sobre todo cumplan su función en el entorno de acuerdo a las necesidades.

El diseño implica el respeto por la vida, por las personas, por los entornos y sus costumbres, por las tradiciones, por la nobleza de los materiales. Y para lograrlo se debe articular esta disciplina con el conocimiento de otras áreas, que como la historia, la ética, la comunicación, la antropología, la sociología, son las

herramientas que dan los fundamentos para que las nuevas generaciones que le apuestan a una carrera en diseño entiendan el mundo que los rodea y se reconozcan como individuos de una sociedad donde pueden aportar, cambiar, mejorar con criterios claros y consecuentes con el momento histórico que les correspondió vivir. Esta será la única manera para que las nuevas generaciones de objetos funcionen en este mundo y en nuestras sociedades y puedan llegar a perdurar nuevamente en el tiempo como sucedió hace más de 100 años con los planteamientos de William Morris.

La auténtica tarea del diseñador es mejorar las cosas de nuestro entorno en términos de su función, su apariencia, su costo y sus materiales, pero también en términos de aspiración y deseo, y como dice Conran, imaginándonos cómo podría ser la vida sin ellas.

REFLEXIONES SOBRE LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO ARTESANAL EN LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA

ANGELA MARÍA GUZMÁN DONSEL¹
Grupo de Investigación en Diseño y Arte, D&A
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Presentación

El grupo de Investigación en Diseño y Arte D&A de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, es un grupo interdisciplinario que concibe la identidad como su objeto fundamental para la exploración, conocimiento y reconocimiento de factores locales (Cfr. Montaña, 2006) que permitan, desde el diseño, la formulación de propuestas encaminadas al mejoramiento en la calidad de vida de las personas y el fortalecimiento de la cultura, contribuyendo así a la construcción de una mejor sociedad.

Por ello, este momento constituye una oportunidad perfecta para reflexionar sobre el trabajo que hemos venido haciendo y desde el cual sin duda buscamos marcar una diferencia en la formación de diseñadores de productos.

¹ Actualmente es la Coordinadora de la Tecnología en Diseño Artesanal, Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

La Tradición Cultural de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Colegio Mayor de Cultura Popular del Cauca es el nombre con el cual nace e inicia labores académicas, el 13 de noviembre de 1967, la hoy Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca. Desde su creación, esta Institución promovió la enseñanza de técnicas tradicionales para la elaboración de objetos como la cerámica, cuya tradición se refleja en la formación de varias generaciones de payaneses y caucanos, hoy reconocidos a nivel local e incluso nacional por la excelencia en el dominio de la técnica y sus innovadoras propuestas.

Debido a que el paso de los años y los avances tecnológicos trajeron consigo cierto desinterés por el aprendizaje de las artes y los oficios, la Institución consideró varias alternativas que permitieran reactivar el valor perdido por estas técnicas. Y buscando complementar dicha enseñanza puso en marcha, en el año 2001, el curso de extensión de pintura y a partir del II periodo académico del año 2008 dio paso a la Escuela de Música Integral, fortaleciendo así su carácter cultural en nuevos ámbitos como es la educación artística.

Es igual de importante recordar que cada año, y desde hace ya varias décadas, la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca abre sus puertas durante la celebración de la Semana Santa, permitiendo a propios y visitantes el ingreso al Claustro de la Encarnación, su sede principal, para que aprecien lo más selecto de las diferentes manifestaciones artísticas a nivel nacional e internacional.

Manifestaciones artísticas que también han sido expuestas en otros lugares de la ciudad de Popayán, gracias a la creación de programas a nivel local, como es el caso del Programa de Artesanías “Manos de Oro”, adscrito a la Junta Permanente Pro Semana Santa de Popayán, que desde el año 2000 empezó a generar un espacio en el departamento del Cauca para dar a conocer el trabajo artesanal y así contribuir a su mejoramiento mediante programas de capacitación, desarrollo de productos competitivos e impulso a la comercialización de artesanías a través de la organización de ferias y eventos regionales.

Todo lo anterior permitió ver la diversidad del trabajo artesanal que con gran destreza es elaborado en la región caucana a partir de materias primas como la madera, el totumo, la seda, el fique, la iraca y la cerámica. Al considerar este potencial existente en el departamento y tener en cuenta la diversidad cultural, el conocimiento de técnicas, la variedad de oficios y de materias primas, así como la necesidad de contribuir al desarrollo artesanal en el Cauca mediante la incorporación del diseño, en el año 2003 se propone la creación de un nuevo programa en diseño encaminado a “recuperar y fortalecer la vocación artesanal como patrimonio cultural de la región, integrando a la tradición y modos de producción el diseño como herramienta innovadora, el cual asegurará una identidad y reconocimiento nacional e internacional, y también la proyección de un modelo de autogestión como eje de un mejoramiento en la calidad de vida” (Documento de creación del programa, 2003).

De tal suerte, en el año 2004 la Facultad de Arte y Diseño de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, dio apertura al programa tecnológico en Diseño Artesanal, el cual ha buscado desde el principio implementar la investigación, realizada a partir del conocimiento de las técnicas y oficios tradicionales que le permitan al estudiante identificar aquellos factores locales que deben primar en el desarrollo de sus propuestas de formación académica. Es importante, entonces, dar a continuación una mirada profunda de este proceso que ha conducido a un mayor y mejor conocimiento del tema artesanal en el Cauca.

La Artesanía en el Cauca

Recordemos que el Cauca es un departamento ubicado en la región suroccidental del país, el cual cuenta con la mayor pluralidad étnica y cultural de Colombia. Esto ha permitido el desarrollo de diversas técnicas artesanales trabajadas por las distintas comunidades existentes, en las cuales cohabitan grupos campesinos dispersos por toda la geografía; comunidades afro,

principalmente en el Litoral Pacífico, norte, sur y algunos centros en la Cordillera Central; comunidades indígenas, especialmente en la zona oriental del Departamento, y mestizos que ocupan los centros urbanos; cada una con su propia cosmología, prácticas y tradiciones.

Sin embargo, la problemática social y económica del país ha llevado a que el trabajo artesanal sea desplazado por otras prácticas como la agrícola y ganadera, en el caso de contextos rurales, y por oficios profesionales y actividades informales, en el caso de contextos urbanos. Adicional a esto el factor de asociatividad en el sector es deficiente, lo que dificulta el acceso a mejores condiciones de trabajo y oportunidades para una mejor comercialización de sus productos.

Igualmente, los esfuerzos realizados por distintas entidades e instituciones locales por hacer de la artesanía caucana una actividad económica rentable, parecen insuficientes al no encontrar una verdadera representatividad por parte del sector.

Como antecedente del interés por construir una verdadera región, se podría hablar de proyectos como “Visión Cauca 2020”. Éste sirvió, en el año 2004, como referente en algunos temas de la Agenda Interna para la productividad y competitividad del departamento del Cauca, en la cual trabajaron conjuntamente diversas entidades e instituciones públicas y privadas, con el fin de identificar las acciones estratégicas, requeridas para el fortalecimiento y consolidación de los sectores productivos existentes y potenciales con mayor impacto para la región, donde se compartiera una visión de desarrollo que incluyera la riqueza étnica, cultural y biodiversa que caracteriza al Cauca (Agenda Interna Cauca, 2006).

Durante el proceso se identificaron doce (12) apuestas productivas entre las que se encuentra el sector de artesanías, para el que se planteó generar mejores condiciones de productividad y competitividad. Entre los proponentes de esta “apuesta” se encuentran: la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, que con la enseñanza del diseño para la artesanía, pretende aportar al desarrollo local y regional, mediante la generación de propuestas con conceptos innovadores que

pongan en valor el patrimonio, la cultura y la tradición, para mantener e incrementar la producción en pequeñas y medianas empresas del sector manufacturero. El programa de artesanías de la Junta Permanente Pro Semana Santa, que anualmente y para la época de mayor afluencia de turistas a la ciudad, organiza una muestra denominada “Manos de Oro” en la cual participan los mejores exponentes de diferentes oficios y técnicas artesanales a nivel local, nacional e internacional; en esta muestra se premia a los tres mejores expositores locales, quienes son llevados a participar en la mayor feria de artesanías del país: Expoartesanías, evento que se lleva a cabo en Bogotá y es organizado por Corferias, lo cual incentiva la muestra de productos locales en otros lugares de Colombia. La Escuela Taller de Popayán, por su parte, promueve el aprendizaje en artes y oficios tradicionales, logrando la permanencia de esta enseñanza en el mundo contemporáneo. Del grupo de instituciones también hacen parte la Gobernación del Cauca mediante las secretarías de Planificación y Coordinación, el Crepic y la Cámara de Comercio, entre otras.

Municipios con mayor actividad artesanal

Para el año 2003 se identificaron en el Cauca 37 oficios artesanales (Artesanías del Cauca, 2003), destacándose entre ellos los realizados en madera con las técnicas de corte, torneado, talla, calado y decorado; el trabajo en fibras naturales realizado principalmente en seda, fique e iraca, con técnicas como anudado de uno o más hilos, incluyendo además la mezcla de fibras, realizado directamente a mano o con agujas, en telares manuales o de pedal; también en guadua con la producción principalmente de objetos decorativos y muebles; en joyería basada en técnicas como talla, engaste e incrustación, y el trabajo en totumo por corte y/o talla.

Popayán: dado que en la capital del Departamento se centraliza la mayor fuente de formación, la ciudad ha desarrollado diversas prácticas artesanales. El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA y la Escuela Taller de Popayán, instruyen el aprendizaje

de oficios como: madera, guadua, marroquinería, joyería, forja, cantería y vidrio, entre otros. La Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, por su parte, aporta con la enseñanza de la cerámica en las técnicas de molde, rollo y torno y de Fibras Naturales como la seda, iraca, fique, lana y algodón, entre otros.

El auge en la elaboración de estos productos se ha incrementado con el aumento en el número de visitantes que cada año llega a la ciudad en la época de la Semana Santa y que ha encontrado en las muestras artesanales una gran representación del ingenio local.

Timbío: su cercanía con la capital del departamento del Cauca ha beneficiado a este Municipio al permitirle acceder a un gran número de actividades de formación, encaminadas a la enseñanza y/o mejoramiento de prácticas artesanales. De esta localidad sobresalen los trabajos elaborados en seda, fique, iraca y madera. Igualmente, cabe resaltar que en este Municipio es donde se encuentra más organizado el sector bajo la modalidad de asociaciones.

Guapi: este Municipio, con población mayoritaria de afrodescendientes, se ha caracterizado principalmente por trabajar los oficios de la cestería, instrumentos musicales, productos en madera, accesorios en coco y orfebrería. Este último ha decaído considerablemente, pues Guapi era reconocido por su trabajo en filigrana y en los últimos años se ha dedicado a la venta de este precioso metal, desplazando así su producción orfebre.

El Bordo, Patía: los artesanos de este valle trabajan principalmente el totumo en la elaboración de diversos objetos utilitarios y/o decorativos. Cuentan con una vieja tradición de cosecha y preparación del totumo, realizada por mujeres llamadas “corta mate”, quienes al son de sus cantos realizan las labores de cocción y corte de este fruto silvestre.

El Tambo: en esta localidad sobresalen los productos elaborados en fique, guadua y seda. Los artesanos han incursionado además en la elaboración del papel hecho a mano, obteniendo muy buenos resultados.

Inzá: los paeces son la población indígena de este Municipio, que cuenta con 6 resguardos: Calderas, San Andrés, Santa Rosa, Tumbichucue, Turminá y Yaquivá (ICAN, 1987).

Aquí se han dedicado principalmente al trabajo en tejidos de lana y fique, como a la alfarería. La elaboración de collares y pulseras en chaquiras elaboradas en un marco rústico de madera es muy característica de estas comunidades, además del tejido que:

Es un arte ejercido por las mujeres paéces. Está íntimamente ligado a la madre tierra, a la vida cotidiana y a las tareas domésticas. Los motivos con que decoran los tejidos son representaciones de seres espirituales relevantes en la cosmovisión Nasa: el rayo, el trueno, la culebra, etcétera.

Utilizando telares, agujas, husos y fibras como lana y cabuya fabrican prendas de uso cotidiano, como ruanas, capisayos, chumbes, cuetanderas y jigras. Con cabuya fabrican hermosas jigras o mochilas, que por el tipo de tejido con el que se fabrican –nudos elaborados manualmente– son sumamente elásticas (ICAN, 1987).

Silvia: la comunidad artesanal de Silvia ha centrado su producción principalmente en el trabajo con madera, muñequería, alfarería y cerámica. Al visitar este Municipio se encuentran varias tiendas artesanales en las cuales se pueden adquirir gran variedad de productos elaborados por artesanos nativos. De tal modo,

El sector artesanal se constituye en un importante renglón del sector económico y productivo del Municipio, donde intervienen hombres y mujeres de las etnias indígenas nasa y guambiana y de los sectores campesino y urbano, todos reunidos bajo el nombre de la ASOCIACIÓN DE ARTESANOS Y MICROEMPRESARIOS DE SILVIA "ETNIKAS" (Silvia-cauca.gov.co)

Piendamó: en este Municipio, ubicado a 45 minutos de la capital caucana, se destacan oficios artesanales en tejidos básicamente en lana y algodón, bordados, productos en guadua y en madera.

Santander de Quilichao: este Municipio del Norte del Cauca desarrolla trabajos en: forja, bisutería, cerámica, marroquinería, juguetería, cestería; también realiza productos en madera, lapidación de piedras preciosas y semi preciosas, fique, mimbre, guadua; y elabora papel hecho a mano de alta calidad para exportación.

Ahora bien, la artesanía caucana es desarrollada en su mayoría por personas que generalmente han heredado la técnica por tradición familiar y la han perfeccionado con los años. Sin embargo, este factor presenta una gran dificultad, pues la mayoría de estos productos adolecen de elementos que les posibiliten competir en un mercado global y la producción escasamente genera ingresos a los artesanos para subsistir, a esto se suma el hecho de que el artesano en nuestro Departamento produce únicamente para la época de Semana Santa, en la cual Popayán recibe una gran cantidad de turistas. Lo anterior aumenta la dificultad en la promoción de los artículos, al no encontrar espacios suficientes de comercialización.

Al respecto, cabe anotar que concebir un producto artesanal implica pensar sinérgicamente en precio, calidad y diseño, labor que contribuye a originar productos competitivos a nivel nacional e internacional, de tal manera que el diseño se convierta en un elemento relevante en la creación de productos artesanales. Un diseñador artesanal tiene la formación para involucrarse en estos procesos y ser mediador entre el artesano y el usuario final, propiciando espacios que permitan el mejoramiento en la calidad del producto.

Hasta hace siete años este trabajo había sido realizado básicamente por diseñadores industriales; no obstante, era necesario formar profesionales con un mayor desarrollo de su sensibilidad hacia los aspectos simbólicos que se entretejen en nuestra cotidianidad local y que permiten hacer del diseño un actor social.

La enseñanza del Diseño Artesanal en la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca. Algunas aproximaciones

Los métodos para incorporar el diseño en la artesanía se vienen discutiendo desde la década de los 70's (PNUD, 1971), cuando en la búsqueda por fomentar el desarrollo de este sector se propuso la intervención del diseño mediante una enseñanza básica de principios al artesano; de tal manera, el diseñador pasaba a compartir sus conocimientos con el artesano y éste develaba poco a poco su destreza en el oficio estableciendo un acercamiento y el intercambio de valiosas experiencias para la elaboración de productos que tuvieran mayor aceptación en mercados internacionales. Esta misma enseñanza facilitaba al artesano la concepción de nuevos objetos, apartándolo así de la imitación de modelos publicados en revistas o exhibidos en estantes de almacenes.

En Colombia existe un total de 42 programas profesionales en diseño (SNIES, 2007), pero sólo hasta hace poco áreas como las del diseño industrial han venido incursionando en el campo artesanal, ya que han encontrado en la producción de objetos de esa base una inagotable fuente de inspiración, creatividad y desempeño laboral. Un ejemplo de ello lo encontramos en el programa de Diseño Industrial de la Pontificia Universidad Javeriana en Bogotá, en donde, desde el año 1998, se incursionó en los talleres de diseño con la aplicación hacia la producción artesanal con estudiantes de 8° semestre, con lo cual se observó “cómo algunos estudiantes hacen trascender el proyecto académico convirtiéndolo en un proyecto de vida, en una empresa. Esta perspectiva se basa en las características de nuestra realidad nacional para la aplicación de diseño en la generación de una categoría de productos viables, auténticos y competitivos. La intención es, entonces, conseguir que a partir de esta experiencia se puedan posibilitar nuevas relaciones entre el diseño y el quehacer técnico en países en vías de desarrollo” (Quiñones, 2003).

Así las cosas, la enseñanza del Diseño Artesanal como programa técnico es nueva, de tal suerte que la Institución

Universitaria Colegio Mayor del Cauca es la única en la formación de que produzcan avances en la concepción de objetos a partir de técnicas preferiblemente tradicionales, procurando su permanencia e introduciendo el mejoramiento en los modos de producción. Todo ello se realiza incorporando el diseño como factor para la caracterización y el posicionamiento de estos productos en el exterior.

Asumiendo el reto

Una de las grandes dificultades al poner en marcha este ambicioso programa, fue encontrar docentes con una visión clara sobre el perfil de formación de este diseñador. Al no existir referentes de formación en este campo, las hojas de vida recibidas eran de diseñadores industriales, cuya mayor fortaleza estaba en el diseño multimedial y web, en el gráfico o, en el mejor de los casos, contaban con experiencia en la asesoría a artesanos desarrollada en los Laboratorios de Diseño de Artesanías de Colombia, hoy Centros de Desarrollo Artesanal.

La visión equívoca que aún persiste, es pensar que el diseño artesanal forma a los jóvenes como artesanos y no como diseñadores. Pero si bien es cierto que dando respuesta a las necesidades específicas del perfil se hace necesario el conocimiento en técnicas y oficios tradicionales, es precisamente este conocimiento lo que le permite al diseñador artesanal incursionar en procesos para la innovación y el mejoramiento de productos y el desarrollo de nuevas técnicas.

Por tanto, otro reto que se debió afrontar fue la no existencia de una cultura académica del diseño artesanal en Colombia. El desafío era mayor para un programa cuyo único referente de formación se encuentra en la Universidad Dr. José Matías Delgado de El Salvador, en la cual se forman Licenciados en Diseño del Producto Artesanal desde hace más de veinte años.

Todo esto ha sido motivo para generar espacios académicos que permitan el intercambio de experiencias en donde se demuestre la pertinencia de la enseñanza en esta área. En tal

sentido, la realización periódica de conversatorios, seminarios y talleres, han aportado una idea sobre la oportunidad de desempeño profesional en este campo. Así, el “Encuentro Académico de Diseño: Exporaíces”, surge como un proyecto del Grupo de Investigación en Diseño y Arte, D&A, presentado al programa de Concertación del Ministerio de Cultura, cuya realización ha permitido exponer los proyectos de diseño con impacto local y sobre todo desarrollados desde las pequeñas ciudades, además da a conocer el programa a nivel nacional e internacional, estableciendo importantes vínculos que han permitido la firma de convenios con diferentes empresas e instituciones.

Exporaíces busca retomar las raíces culturales y todos aquellos factores locales que finalmente puedan ser utilizados como referentes de diseño. Este evento convoca bianualmente a estudiantes y profesionales del diseño para que intercambien experiencias, fortalezcan lazos y amplíen sus conocimientos.

Asimismo, los procesos de indagación como estrategia de aproximación al contexto, facilitan el conocimiento de la región, por eso desde el año 2005 el Semillero de Investigación GECA (Grupo de Estudios en Cultura y Artesanía), dio inicio a la conformación de una base sobre las tipologías artesanales existentes en el departamento del Cauca, recopilando datos relacionados con estadísticas y censos del sector artesanal local (Popayán), regional (departamento del Cauca) y nacional (Colombia).

Como primer resultado se obtuvieron 150 fichas diligenciadas bajo los siguientes parámetros:

- 1. Realizar una planeación, diseño y creación de ficheros como registro permanente de información de la Cultura Material de la Región. El contenido y finalidad está orientado a detectar la calidad, el desempeño, la ergonomía y la estética del producto. Igualmente se dirige hacia la manufactura y vida de los productos y sistemas dependientes de los materiales, las herramientas y las técnicas, habilidades y destrezas aplicadas al producto.*
- 2. Trabajo de campo, recopilación y clasificación de datos. Planeación y selección de los talleres y artesanos a visitar.*
- 3. Transformación e interpretación de la información para ser aplicada a la creación de un **Archivo Multimedia**,*

esto con el propósito de mantener un registro de la producción de la región, y como base referencial para el re-diseño (implementación de calidad y competitividad) y diseño de nuevos productos (forma y función competitiva)” (Fajardo, 2005).

Con este trabajo se conocieron algunas tendencias en cuanto a tipologías artesanales, principalmente en los municipios de Popayán y Timbío. Esto condujo a proponer más adelante el desarrollo de un trabajo de grado que ampliaría la información recopilada hasta el momento y que sería la base para un ambicioso proyecto de investigación que se está realizando por etapas y que busca establecer un diagnóstico del estado actual de la artesanía en el departamento del Cauca.

Entre la teoría y la práctica

Para el programa es importante formar al diseñador artesanal con todos los conocimientos y capacidades que hagan de él un profesional capaz de formular y desarrollar propuestas innovadoras a partir de “factores locales” (Montaña, 2006), interpretando las necesidades de las pequeñas y medianas empresas del sector manufacturero.

Partiendo de ello, el conocimiento del oficio inicia con el apoyo de artesanos, quienes son reconocidos siempre como expertos, poseedores de la destreza y dominio de la técnica, seres llenos de talento y sabiduría tradicional a los que debemos gran admiración y respeto. Es así como el programa se ha apoyado en talleres como: cerámica, fibras naturales, madera, forja, vidrio y piedra, entre otros soportes y materiales. En estos talleres el estudiante conoce el material, sus características y su procedencia. Con ese conocimiento, puede proponer nuevas alternativas en la utilización de los materiales o técnicas usadas hasta el momento.

Si bien el aspecto práctico es relevante, también los procesos y métodos de investigación son fundamentales y funcionan como ejes en la formación de un profesional. Es por

eso que desde los talleres de diseño se busca dar respuesta a las necesidades del entorno y a la utilización de tecnologías apropiadas y aplicadas a la manufactura, procurando así el rescate, la preservación y el fortalecimiento del sector. Mediante esta formación pretende hacer del profesional en diseño artesanal un individuo íntegro, capaz de proponer y aportar soluciones generadoras de cambio e innovación en la economía de la región.

En esa línea, los talleres de diseño, esos espacios concebidos para la investigación, interpretación, concepción y proyección de una idea, han arrojado resultados muy satisfactorios que demuestran la pertinencia del programa. Teniendo en cuenta que los estudiantes cursan la totalidad del plan de estudios únicamente en cinco semestres, se hizo necesario optimizar el trabajo en dichos talleres, planteando una estrategia de formulación de un tema común por semestre para la presentación del proyecto final por periodo académico, en donde todas las materias se direccionan hacia el fortalecimiento y complementariedad del taller de diseño como eje fundamental en la formación.

Estos han sido algunos resultados obtenidos hasta el momento:

La propuesta desarrollada por Héctor Fabio Burbano y Jairo Elías Dorado en el año 2004, quienes en ese momento se encontraban en segundo semestre del programa, fue en torno a la comida típica colombiana. Para su ejecución retomaron los elementos iconográficos más representativos de cada región del país, buscando así imprimirle identidad al servicio de la gastronomía de nuestro país (Ver Imagen 1).



Imagen 1: Propuesta de utensilios para el servicio de comida típica colombiana. Año 2004.

En ese mismo grupo se presentó una propuesta basada en el maíz como base para la preparación de la mayoría de los platos nacionales, Samirna Gómez y Gloria Arcos fueron las estudiantes encargadas de realizar esta idea. Para ello y a partir del análisis de la planta, eligieron la hoja como elemento representativo. Durante el proceso buscaron la identificación de los objetos mediante la forma, el color y la textura del maíz (Ver Imagen 2).



Imagen 2: Propuesta de utensilios para el servicio de platos a base de maíz. Año 2004.

A partir de la experiencia en estos proyectos, se daba inicio a los trabajos de grado que reafirman el perfil del diseñador artesanal, pues con los primeros resultados del año 2006 se logró hacer visible las múltiples posibilidades que los estudiantes tienen por explorar y la pertinencia académica de su desempeño profesional. A continuación se presentan algunos resultados de esta experiencia:

Inspirados en el sombrero de estilo "yo-yo"/"torta", el cual es utilizado en ceremonias especiales por los indígenas Guambianos asentados en el municipio de Silvia, Cauca, los estudiantes María Alejandra Hurtado y Edwin Morales, desarrollaron la propuesta de presentación de comida tradicional a base de maíz, teniendo en cuenta toda la simbología e iconografía representada en dicho elemento de la cultura Misak (Ver Imagen 3).



Imagen 3: Propuesta para la presentación de alimentos. Inspirado en el "yo-yo" de los indígenas Guambianos

Gloria Mercedes Arcos aprendió a trabajar el totumo gracias a su padre, quien inculcó en ella el amor por este oficio. Cuando empezó su trabajo con el totumo no se diferenciaba mucho del realizado por otros artesanos de la región del valle del

río Patía, al sur del Cauca. Sin embargo, persistía la idea de transformar la forma natural de este hermoso fruto permitiendo así el diseño de nuevos productos. Por ello, el trabajo de grado fue la oportunidad para desarrollar la “Línea Crescentia” (Ver Imagen 4), que se concibe como una nueva técnica en la transformación del totumo, logrando la innovación y versatilidad en el diseño de productos de base artesanal.

El trabajo realizado permite concluir que las limitaciones del material, dada la forma redonda del totumo, son debidas a la falta de investigación respecto a sus características naturales, pues es básico que el artesano y/o diseñador proyecte nuevos productos provistos de innovación y recurso (Arcos, 2007).



Imagen 4: “Línea Crescentia”, línea de accesorios para mesa y cocina. Año 2007.



Otra experiencia importante es la de Carlos Eduam Agredo Castro, quien por igual aprendió el trabajo con la seda, esa suave y brillante fibra cuyo uso ha traspasado las fronteras nacionales. Doña Lucía, madre del estudiante, con el trabajo en su taller “Capullo de Seda” dedicado a la producción, comercialización y venta de productos elaborados a mano en capullo del gusano de seda natural, se había preocupado siempre por

capacitarse continuamente, buscando de esta forma mejorar su producción. El estudio de su hijo durante el desarrollo del programa de Diseño Artesanal representó una alternativa adicional para fortalecer su taller, posibilitando así el ingreso de su empresa a nuevos mercados mediante la incorporación del diseño para el desarrollo de nuevos productos.

En su trabajo de grado, Carlos Agredo propuso trabajar con los retablos payaneses de la Iglesia de la Encarnación, esto como fuente principal para el desarrollo de una línea de accesorios que llevan impreso el simbolismo religioso del periodo colonial y del estilo barroco (Ver Imagen 5).



Imagen 5: Productos elaborados en el Taller “Capullo de Seda” durante los estudios de Carlos en el programa de Diseño Artesanal.

Ante el temor a que desaparezcan las tradiciones ancestrales de la comunidad indígena inga, asentada en el valle de Sibundoy, Putumayo, Jaider Andrés Zambrano buscó rescatar por medio del diseño las técnicas típicas de la región. El proyecto se llevó a cabo con los estudiantes y maestros de la Institución INGA, que en su mayoría pertenecen a esta misma comunidad y quienes buscan mantener los valores ancestrales, enseñando a los jóvenes el idioma, las técnicas artesanales y algunas costumbres que han sido transmitidas de generación en generación para fortalecerse culturalmente.

De este proceso nació la Línea de Joyas Contemporáneas: “Nukanchipa Alpa” (Ver Imagen 6) que significa “tierra nuestra”, “tierra de nosotros”.

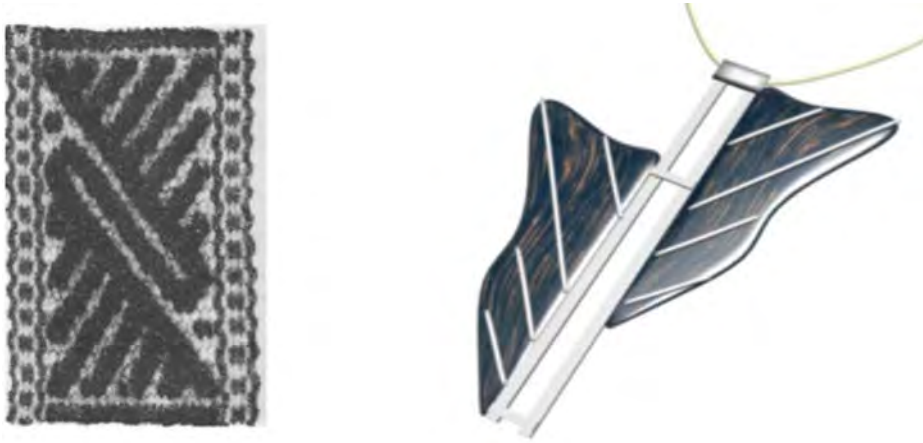


Imagen 6: Línea de Joyas Contemporáneas: “Nukanchipa Alpa”. Año 2009

A manera de conclusiones

El trabajo desarrollado por los profesionales en diseño con los artesanos, fue anteriormente una forma de “intervención” en la cual el diseñador tomaba al artesano como un operario con el objetivo de materializar su idea. Hoy en día, y dada la evolución de la relación entre diseñador y artesano, el término utilizado es el de “facilitador”, esto porque el profesional en diseño proporciona al artesano el ambiente propicio para la generación de ideas y el desarrollo de nuevos productos.

Esta nueva generación de diseñadores artesanales promueve el trabajo con comunidades y busca hacer del objeto artesanal además de una pieza útil, decorativa y estética, un producto que se ubique en los grandes mercados en tanto objeto de uso contemporáneo que nos conecta con nuestras raíces.

El diseñador artesanal no sólo promueve el rescate y desarrollo de la artesanía tradicional, sino que además dirige su trabajo hacia la incursión de los productos elaborados en pequeñas y medianas empresas.

Las universidades debemos impulsar mucho más las dinámicas académicas que permitan la generación de una cultura emprendedora, que le permita al estudiante de diseño concebir sus ideas como verdaderos proyectos empresariales y no sólo como ejercicios académicos.

Finalmente, considero que la premura con que transcurre el tiempo en este mundo contemporáneo es una oportunidad para que los diseñadores retomemos la “identidad” como un factor fundamental que nos permita reconocernos en este mundo globalizado.

REFERENCIAS

- Arcos, Gloria Mercedes
2007 *“Totumar. Línea Crescentia: Una nueva técnica en la transformación del totumo, para la innovación y versatilidad en el diseño de productos de base artesanal”*. Trabajo de Grado. Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.
- Artesanías del Cauca
2003 Artesanías del Cauca.
- Colegio Mayor del Cauca
2003 *“Documento de Creación del Programa Diseño Artesanal”*, Popayán.
- Fajardo, Renzo
2005 **La Investigación como proceso académico. Dirección y Coordinación.** Documento de trabajo.
- Gobernación del Cauca y Cámara de Comercio del Cauca
2006 *“Agenda interna Cauca para la productividad*

y competitividad del Cauca”, en: [http:// www.cccauca.org.co/documentos2 /AGENDA_INTERNA_CAUCA_RESULTADOS_RESUMEN.pdf](http://www.cccauca.org.co/documentos2/AGENDA_INTERNA_CAUCA_RESULTADOS_RESUMEN.pdf).

ICAN

1987

Introducción a la Colombia Amerindia, en: <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural>

Montaña Cuellar, Jorge

2002

“El factor local”. Monografía. Fortaleza, Brasil.

Municipio de Silvia, en: www.silvia-cauca.gov.co.

Naciones Unidas

1971

“Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo”. UNCTAD/GAT. <http://silvia.cauac.gov.co>

Quiñones Aguilar, Ana Cielo

2003

Reflexiones en torno a la artesanía y el diseño en Colombia. Editorial CEJA, Bogotá.

SNIES

2007

Sistema Nacional de Información de Educación Superior.

DISEÑO E IDENTIDAD

LYDA CAMPO VIDAL¹

Grupo de Investigación en Diseño y Arte, D&A
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Referirse al diseño artesanal es dar historicidad al hecho del encuentro de dos culturas relevantes, dado a partir de lo que fue el descubrimiento de América. Tal encuentro de culturas tan diferentes pero análogas en cuanto a riqueza y desarrollo, nos muestra hoy el papel trascendental que siempre ha tenido la artesanía como manifestación y expresión cultural. Y en tanto ha sido relevante en nuestro contexto, la artesanía hace parte del patrimonio cultural de un pueblo que, pese a ser llamado salvaje o bárbaro, logró construir una estructura sociocultural compleja y toda una serie de prácticas que en la actualidad son observadas con gran asombro y curiosidad.

Para comprender un poco más a fondo lo anterior, es importante, desde la perspectiva histórica, tener en cuenta cómo la cultura de Occidente extendió las rutas de comercio para ampliar el mercado de especies y lograr restablecer y fortalecer el poder económico, con el fin de solventar la crisis que atravesaban algunas potencias como España y Portugal. Por entonces se realizaron diferentes “travesías”, buscando nuevos espacios de mercado, aunque al llegar a América, más allá de

¹ Actualmente es la directora del Grupo de Investigación en Diseño y Arte, D&A, y se desempeña como docente de la Facultad de Arte y Diseño de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

realizar un simple intercambio de productos, en cierto modo, se saqueó su riqueza y se alienaron muchas de sus prácticas.

Según, Olver Quijano (2007: 421),

América, dueña de varias culturas con una cosmovisión propia, manifiesta en la calidad, belleza de sus construcciones y obras manuales que encierran un cúmulo de vivencias y expresiones que constituyeron el sentir de un pueblo dinámico. Este encuentro llamado de la diferencia, invisibilizó la cultura aborígen bajo el término de atrasados, salvajes, incultos y menores de edad, por lo cual se pierde su especificidad [...] Puede establecerse en principio, la evidente implantación de un proyecto expansivo e imperialista, que niega la alteridad e introduce la conquista corporal, espiritual y material de los nativos, mediante prácticas de violencia física y simbólica como parte de un itinerario de “salvación”, “desarrollo” y “conversión” del “otro”, que inspirado en el horizonte “humanista” legitima la sujeción y dominación ejercida sobre el “bárbaro”, “inmaduro” y “salvaje” que acaba de ser “descubierto”-“encubierto”.

Desde ese momento América se invisibiliza. Se desvalorizan las grandes creaciones manuales, arquitectónicas y sociales que habían alcanzado las culturas prehispánicas y se impone lo foráneo, lo nuevo y lo extranjero sobre “lo propio”. Valga aclarar que aún en el siglo XXI, cobra vigencia aquello que se denomina occidentalizado. Y aunque en la actualidad se afirme el carácter multiétnico y pluricultural de Colombia², es necesario avanzar en la legitimidad de espacios para la

² Ello establecido en la constitución de 1991 en su artículo N° 7, en donde se expresa que “El Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la Nación colombiana”.

visibilización de las minorías sociales, que lleve a un reconocimiento de la otredad, con sus bases de construcción de conocimientos, creencias, arte, formas de pensar y de sentir, y que permita entender sus saberes como verdad y comprender e interpretar sus raíces étnicas en tanto elementos para construir y fortalecer la identidad local.

En este contexto, se reconoce al departamento del Cauca, Colombia, como fiel testigo de una importante herencia cultural, visible en la diversidad étnica de su territorio, como lo afirma Galeano Lozano (2006: 15):

El departamento del Cauca cuenta con la mayor población indígena de Colombia, seguido por la Guajira, Nariño, Chocó, Córdoba, Vaupés Putumayo, Vichahada, Guanía y Amazonas. Esta población constituye el 20% de los habitantes del departamento, equivale aproximadamente a 200.000 personas, las cuales se encuentran en 26 de 42 municipios que albergan a los 87 resguardos en un área de 5.312 km, de los 29.308 km² que posee el Cauca. De la diversidad de pueblos sólo siete sobreviven actualmente en el Cauca: los Nasa, los Guambianos, los Totoroes, los Kokonucos, los Yanaconas, los Eperara-Siapidara y los Ingas. Ellos forman parte de los 85 pueblos indígenas colombianos que constituyen el 2% aproximadamente de la población del país.

Aunque minoritarios, las cifras revelan la importancia de los grupos indígenas frente al mosaico étnico híbrido del país, término este acuñado por Néstor García Canclini (1978: 22), cuando afirma que “no existen culturas puras sino mezclas de culturas, fruto de las relaciones interculturales”.

Por lo expuesto, vemos que la realidad de una región heterogénea socialmente es un hecho relevante para tener en cuenta la diversidad de expresiones culturales, tales como la artesanía, que reflejan, precisamente, la gama identitaria de

nuestro territorio. Pero en cuanto es importante comprender con mayor profundidad tal diversidad cultural, se justifica la creación de un programa a nivel técnico o profesional que impulse y resalte la importancia de dichas expresiones culturales. Es esa la razón por la cual la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca dio apertura en el 2004 al programa Diseño Artesanal, buscando formar tecnólogos con proyección de cambio que aporten respeto, equidad y responsabilidad con su trabajo al desarrollo de una sociedad más equitativa³.

Dicho programa pretende que el estudiante-diseñador interactúe con esta diversidad, por ejemplo, mediante visitas a comunidades. Interpretar los sentidos del quehacer de la cultura a través de la artesanía, es posibilitar una relación artesano-contexto que contribuya al diálogo de saberes, con lo cual se llegue a conformar un equipo de apoyo académico para las prácticas y los oficios artesanales. De igual forma, aplicar la tecnología para perfeccionar la técnica y lograr combinar la experiencia, hace del conocimiento una relación equilibrada entre teoría y práctica. Por tales motivos, es importante entender que el diseño cifra el sentir del ser humano dentro de una comunidad. De ahí que conceptualizar “diseño” sea una compleja tarea, tal y como lo afirma Luft Rafaela (sf: 8):

Definir el diseño, es difícil, por ello se escogió el siguiente enunciado por su aproximación con la realidad. El diseño como concepto básico fue concebido y desarrollado por el ser humano como respuesta a sus necesidades materiales y espirituales. A través de la historia cada cultura ha desarrollado una manera distintiva de adaptar la materia prima, la tecnología y las formas para cumplir con una función específica, creando objetos con diseños singulares y únicos. Como consecuencia, los objetos producidos por cada sociedad han funcionado como

³ Misión y Visión de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

espejos que reflejan una faceta de la identidad, cultura y tradiciones de sus productores. El diseño y la identidad cultural son conceptos íntimamente relacionados que trabajan en conjunto y se encuentran en constante evolución y transformación, debido a las circunstancias socio-económicas y políticas que nos rodean. El diseño nos revela y comunica los distintos matices de nuestro pasado, presente y futuro.

Para el diseñador Carlos Valenzuela, el diseño en la artesanía tiene su mayor expresión en el artesano, entendido este como aquella persona (campesino, indígena, afrodescendiente o mestizo) que se dedica a elaborar productos con sello propio y que necesita de su producción para satisfacer necesidades prioritarias que el sistema capitalista no asume, como son las de comunicar los sentidos del ser cultural. En tal medida, es función del diseñador-artesanal cooperar para que sus productos alcancen calidad y sean aceptados dentro un mercado exigente y competitivo, pero sin perder el sello propio impregnado de sentido cultural, pues es él quien tiene el compromiso de visibilizar la riqueza local que poseen regiones como el departamento del Cauca y fortalecer el trabajo del artesano en tanto huella de un sentir que encierra un cúmulo de vivencias.

Goubert (citado por Lutf, 1971: 16) caracteriza al artesano tradicional de la siguiente manera:

La masa de trabajadores artesanales reunidos en el oficio tenían al menos en común un rasgo de mentalidad particularmente vivaz: un celoso amor propio profesional, una fe obtenida en el toque personal, incluso el secreto de la profesión, una oposición radical y casi enfermiza a toda transformación, a toda novedad impía, un culto ingenuo a la tradición, cuya excelencia y carácter sagrado jamás son puestos en duda.

Del mismo modo, es misión del diseñador-artesanal contribuir en una nueva tarea: la del cambio creativo y el avance mejorado de conocimiento, para así vencer la barrera del miedo a la transformación y el culto a la tradición que asumen algunos artesanos de manera atávica. Es ahí donde debe ser creativo y desarrollar metodologías a través de las cuales el artesano sienta su apoyo y no la invasión destructora en su campo de trabajo. Por ello, durante el desarrollo de los fundamentos teóricos, se hace esencial la relación artesano-estudiante, con el fin de que este último identifique dificultades y amplíe su campo de observación. Factor indispensable para generar una oportuna y adecuada aproximación y efectiva intervención académica. Dicha interacción debe despertar sensibilidad en el diseñador-artesanal que se transmitirá en su obra o producto final al comprender, como expresa Quijano (2007: 437):

Una reconversión económica, la que ha derivado en una amplia y variada oferta material y simbólica, donde confluyen mercancías convencionales, bienes culturales, imágenes, marcas, mensajes, manifestaciones extrañas propias de las otrora “terquedades culturales” y, en general, los productos que definen las diferencias y “emergentes distinciones” y engendran cruces entre lo moderno y lo tradicional.

Por consiguiente, el área de acción a la cual se debe enfrentar el artesano de hoy es compleja. Hecho que amerita apoyo del diseñador y de su contacto con la realidad contextual, mediante estrategias antropológicas como salidas de campo e interacción con grupos o sujetos particulares. Lo anterior con el propósito de generar en los estudiantes de diseño artesanal interrogantes, expectativas, inquietudes que lleven a comprender, respetar y entender el actuar cotidiano de comunidades (indígenas, afros, campesinas, urbanas), al igual que propiciar ambientes de entendimiento con la diversidad.

Para realizar ejercicios como el descrito, es necesario partir del estudio de artículos expuestos y analizados en clase, con el fin de que el estudiante se acerque a un conocimiento teórico-bibliográfico sobre el contexto cultural, para después confrontarlo con la realidad. El material trabajado se extrae de etnografías realizadas por antropólogos sobre la comunidad elegida⁴. Este proceso permitirá a los estudiantes percibir luego la realidad de forma directa, contrastar la información etnográfica y apropiarse de un conocimiento crítico que posibilite la formulación de hipótesis para generar inquietudes que lleven a actitudes y a cambios de conductas académicas excluyentes de la diferencia. Finalmente, la información recogida durante el trabajo de campo, debe sistematizarse para luego divulgar los resultados.

En este sentido, conocer los municipios del Cauca es llevar el conocimiento del aula al contexto local; es rescatar lo cotidiano y, sobre todo, generar un ambiente de investigación. Pero confrontar la teoría con la práctica implica analizar, cuestionar, argumentar; es decir, lograr que el conocimiento adquiera sentido personal, puesto que el profesor asume el rol de acompañante o guía en el proceso. Aplicar una técnica que sistematice la experiencia, hace que el estudiante lleve su vivencia al campo de la comprensión, entendimiento y, en particular, a generar respeto cultural hacia la comunidad. De esta forma, el acercamiento académico, desde un trabajo etnográfico, es el propósito del conocimiento cultural. Plasmar lo observado en un texto que traduzca la experiencia acerca del otro es un ejercicio que enriquece los sentidos de vida personal y colectiva.

Es preciso anotar que presentar alternativas de cambio en el proceso de aprendizaje es uno de los retos del docente para que el estudiante tenga la posibilidad de confrontar la teoría con

⁴ Para el caso de conocer más sobre la comunidad guambiana, se acude a textos como el escrito por Ximena Pachón, del Instituto Colombiano de Antropología, o el libro “Cauca. Territorios Posibles”, editado por la Universidad del Cauca en 2001, y diferentes revistas como: “Silvia, paraíso cultural”.

la práctica, donde la educación cumpla la función de “acción y proceso social”. Además de generar inquietudes que lleven a proponer soluciones a problemas existentes en nuestro entorno.

En toda práctica docente es satisfactorio y fundamental alcanzar objetivos planteados, despertar inquietudes y actitudes de desconcierto o de admiración ante lo desconocido. Con ello el estudiante será capaz de concluir o de establecer semejanzas, mediante el análisis y la argumentación, pasos para un conocimiento crítico que indican el camino correcto a seguir.

De tal suerte, al concluir cualquier actividad, debe existir un lapso de reflexión acerca de lo observado, para descubrir diferentes puntos de análisis y discusión, y sobre todo, que origine nuevas actitudes o cambios en el comportamiento de los colectivos, que lleven a mejorar las interrelaciones sociales de los mismos.

*Descripción de una salida a campo*⁵

Cada martes, en el municipio de Silvia, se realiza el día de mercado (Ver Imagen 1). Es por eso que el parque de la población se cubre de una tonalidad cromática variada: azul, rojo y negro, propio de los colores del vestido guambiano, que representan a la madre tierra. Pero esta viva expresión de convivencia cultural, permite también la interacción de muchos grupos sociales y étnicos: guambianos, nasas, campesinos y mestizos urbanos.

Por tales motivos, dos horas de estadía en el Municipio fueron insuficientes para admirar la riqueza de los tejidos de las ropas y de las jigras que acompañan todo quehacer de la mujer guambiana⁶. Pese a ello, resulta emocionante la observación, cuyo testigo mudo grita su presencia al golpe del agua sobre las piedras del río, que ahora se aleja llevando este hermoso recuerdo.

⁵ Este ejercicio de observación y descripción responde a la experiencia pedagógica de trabajo de campo llevada a cabo con estudiantes del programa de Diseño Artesanal. Su ejecución se toma en calidad de complemento práctico del conocimiento teórico acerca de fenómenos culturales en contextos sociales específicos.

⁶ Descubrimos que no hay mayor insulto para una guambiana que la llamen perezosa.



Imagen 1: Día de mercado en Silvia, Cauca

Y si bien el mercado permitía apreciar la gran variedad de trabajo manual elaborado por las comunidades que allí se reúnen, era necesario continuar el camino por esta región para conocer más a fondo su riqueza cultural. Así que luego de la observación, iniciamos el recorrido en chiva por los alrededores del territorio guambiano. El transporte típico de la zona emociona a los estudiantes, quienes ansiosos suben y saludan a Fredy, el guía de origen guambiano, muy orgulloso de su ancestro, quien nos saluda en lengua: “Wampi-misamera-wam”. El rumbo siguiente es La Campana. Pronto entramos en una carretera destapada muy congestionada por ser día de mercado, pero el paisaje traslada al visitante al país de la imaginación con sus grandes montañas en forma de pirámides, cultivadas hasta la falda. Al pie de nuestro recorrido pasa el río Piendamó.

La atención ahora se fija en la expresión de los diseñadores, quienes toman fotos, preguntan, miran, se ríen y pienso que esto es formar, educar. Tal vez no tengamos la oportunidad de volver pero el recuerdo nos queda como experiencia de vida. Hoy descubrimos que el “otro” es real y entendemos que se debe comprender antes de juzgar.

Al lado de la carretera se encuentra una casa. Allí, en la entrada, la sorpresa es ver a una mujer guambiana dedicada al “telar” (Ver Imagen 2), instrumento ancestral en el cual se teje el traje típico que los misak utilizan para vestir. Cual niños inquietos, todos rodean la escena fijando su atención en las manos hábiles de la tejedora, quien con un gesto tímido sigue su labor.

De regreso estamos en la chiva para continuar el viaje. Antes de avanzar, se acercan algunos niños para pedir una moneda, lo que conmueve e indigna, pues es fomentar en ellos la actitud menesterosa.

Inmediatamente vienen a la memoria los recuerdos referidos a episodios de la historia de América, cuando éramos considerados menores de edad que necesitan cuidado y protección de los fuertes, por lo cual se nos redujo a ser sirvientes sin derechos políticos.

Al contemplar los niños otra imagen se forma. De cara sonriente con mejillas rojas, cual manzana empolvada, un pequeño misak (Ver Imagen 3) llama a reflexionar en la diferencia con los niños de la ciudad. Igual que allá también aquí se palpa la pobreza. Pero al mismo tiempo la vida se disfruta en los mínimos detalles.

De pronto nos encontramos frente a tres montañas a las cuales se atribuyen poderes mágicos. Inmediatamente nos

quitarnos los zapatos y medias par recibir la energía de lugar. Al borde de la carretera hay una piedra también piramidal a la cual nos arrimamos. A la señal de Fredy cerramos los ojos para pedir un deseo. Todos los estudiantes siguen las indicaciones y entonces me pregunto:



Imagen 2: Mujer guambiana dedicada al telar en Silvia, Cauca



Imagen 3: Niño misak en Silvia, Cauca

¿si les explicara esto en el salón tendría la misma acogida?

Se acerca el final del trayecto y vamos llegando al sitio denominado “El Pueblito”, un caserío guambiano a cuyo pie pasa el río Piendamó. En seguida nos bajamos de la chiva para conocer la amapola, flor de una gran belleza, de color rojo intenso o morado. ¿Su belleza en magnitud se compara con el daño que provoca debido al uso ilícito que algunos le dan? Junto a esta flor, también se contemplan cultivos de cebolla, ajo y ulluco. De allí bajamos hasta el río de agua café que, según los pobladores, es muy frío y posee grandes poderes para los problemas de la piel y las arrugas.

El regreso por el mismo sendero permite de nuevo apreciar con detalle el paisaje y la alegría de los estudiantes que, por ese hecho, reclaman la pruebita del “Chirrincho” o “guaro” como se le conoce a la bebida típica de la región.

Con esa alegría y con la visita a algunos establecimientos artesanales de Silvia, termina el recorrido. Al ver, preguntar y comprar, nos dimos cuenta que el producto de venta que prevalece es el tejido: bufandas, gorros, guantes de vistosos colores, ruanas en lana y sacos, además de un producto típico descubierto por los estudiantes en un pequeño establecimiento: el Chumbe, especie de tira ancha de varios colores con formas diversas, utilizado para cargar el bebé cuando se lleva a la espalda y para sujetarlo en la noche mientras duerme. Y es así como cada estudiante, de acuerdo a su presupuesto, logra conseguir un significativo recuerdo de esta experiencia cultural que, más allá de una salida a campo, se constituye en la oportunidad de conocer a fondo parte de nuestro territorio caucano, con el fin de asimilar la variedad de elementos culturales que permitan, más adelante, el diseño y la creación de objetos con referentes identitarios.

Evaluación y retroalimentación

Cada estudiante sustenta su informe acerca de la salida, el cual se complementa con aportes de todos. En dicho informe, el objetivo es expresar su vivencia, inquietudes, aciertos, desa-

ciertos, ventajas, inconvenientes y demás aportes que enriquezcan el conocimiento sobre las características de la comunidad en su contexto.

Partiendo del punto anterior se analiza el estado actual de la artesanía y de los diferentes tipos de expresión cultural, pues para proyectar futuros trabajos de investigación en las diferentes disciplinas, es necesario descubrir las situaciones problemáticas del contexto, las cuales ameritan una solución por parte del diseñador artesanal.

Con actividades como la descrita se pretende que el estudiante de diseño se sensibilice, desarrolle un agudo sentido de observación local y, en especial, adquiera experiencia en herramientas de trabajo social que pueda ser aplicado en su campo profesional, en razón a que:

*Nuestra herramienta se llama **diseño artesanal**:
Una capacitación orientada a mejorar la calidad
y el diseño de los productos artesanales para
adaptarlos a las necesidades y demandas de los
mercados nacionales e internacionales sin perder
de vista los elementos esenciales de su origen
tradicional (Luft Rafaela: sf: 6).*

Precisamente, construir identidad local desde la academia, operando con el diseño artesanal como herramienta o instrumento, es la intención en la Facultad de Arte y Diseño y del Grupo de Investigación en Diseño y Arte de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca. Ello para que lo propio se constituya en la bandera de trabajo, a través de investigar realidades locales, pues es necesario que el estudiante empiece a recorrer el camino de la etnografía, aprovechando el potencial que ofrece una región como el Cauca, mosaico de riquezas humanas y naturales. Este propósito lo fundamenta Kaplan Wendy (2004:9,10) cuando recuerda que:

*El concepto de usar el diseño como instrumento
para recrear y expresar la identidad nacional surge*

del movimiento denominado Nacionalismo Romántico que nace en Europa a finales del siglo XIX, en un momento cuando varios países estaban en proceso de independizarse; como Finlandia de Rusia; Irlanda de Gran Bretaña; Hungría del Imperio Austro Húngaro, Noruega, Suecia, etc. Influidos por los principios del movimiento Artes y Oficios de Inglaterra, los gobiernos estatales y sus comunidades artísticas e intelectuales empezaron a trabajar en conjunto para establecer y reforzar la identidad de sus países tomando como inspiración el arte popular campesino, la arquitectura regional, el uso de materia prima local y un retorno a las técnicas tradicionales. Así por medio del rescate y la idealización de su pasado, muchas naciones europeas lograron regenerar y legitimizar de nuevo su identidad nacional [...] fue el nacionalismo romántico del siglo XIX y principios del siglo XX, el que determinó utilizar el diseño como símbolo e instrumento en la configuración de las características y códigos nacionales con el fin de recrear una identidad propia.

Es así como la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, en su empeño por contribuir al desarrollo local y del departamento del Cauca, está fortaleciendo su programa en Diseño Artesanal, compromiso compartido por el grupo de docentes y del personal que labora en la Institución.

REFERENCIAS

- Constitución Política de Colombia de 1991
2006 Lito Imperio Ltda, Bogotá.
- García Canclini, Néstor
1978 **Las culturas populares en el capitalismo**. Nueva Imagen, México.
- Galeano Lozano, Myriam
2006 **Resistencia Indígena en el Cauca**. Editorial Cric-Inter-team, Cali.
- Genaro Castillo
2002 “*Definición de problemática Artesanal*”. Revista Cultura y Sociedad. No. 62.
- Goubert, P.
1971 **El Antiguo Régimen**. Tomo 1, Buenos Aires.
- Kaplan, Wendy
2004 “*The Arts and Crafts Movement in Europe and America: Design for the Modern World*”, Thames and Hudson & The LA County Muesum of Arts, Los Angeles.
- Luft D, Rafaela, Cárdenas, Z Luz, Turok, W Marta.
Sf **Manual de Diseño y Desarrollo de productos Artesanales, Foro Nacional de Artesanal Grupo Impulsor de Diseño Artesanal**. FONART. Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías. Artesanías de Tabasco, México.
- Quijano, Olver
2007 “*Seminario: Educación y Políticas Etnoculturales*”, Instituto de Posgrados, Facultad de Ciencias Exactas, Naturales y de la Educación. Universidad del Cauca, Popayán.

EL TOTUMO COMO REFERENTE IDENTITARIO DENTRO DEL OFICIO ARTESANAL EN EL PATÍA Y MERCADERES, CAUCA

PAOLA MARTÍNEZ ACOSTA¹
Comunicadora Social

Presentación

El presente documento es resultado del trabajo investigativo del Subproyecto “Estéticas contemporáneas” del grupo interdisciplinario de investigación *Poliedro* de la Universidad del Cauca, realizado en 2007 durante la tercera fase del proyecto “Cauca: polifonía de los discursos, las alteridades y la identidad”, que tuvo como misión realizar rutas de exploración investigativa en torno a las estéticas en cuatro municipios del sur del departamento. En este caso abordaremos lo referente a la artesanía en dos de las localidades visitadas: Mercaderes y Patía, donde fue posible encontrar diferentes artesanos, cuyo sentir se enuncia, por ejemplo, en la realización de instrumentos musicales y otros objetos a partir del puro, o a través de un oficio muy tradicional y supremamente valorado por la comunidad patiana, especialmente por sus mujeres afro, que han sostenido a sus familias mediante el fervor y sentir *corta mate*.

¹ Es candidata a Magister en Estudios de la Cultura de la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador.

El Patía

La artesanía conforma lo que hoy conocemos como estética expandida, ligada al utensilio, al objeto manual que nos muestra la habilidad de quienes buscan en la naturaleza los recursos para crear herramientas artísticas. Uno de esos elementos utilizados en los casos aquí vistos, es el puro o mate. Este fruto empieza su recorrido en El Patía, con las mujeres que no descansan para seguir preservando tanto su sustento como su tradición, pues con ella han logrado vivir durante mucho tiempo y han hablado de sí mismos, de lo que caracteriza a su pueblo. Y dentro de lo que los caracteriza, se encuentra el orgullo que sienten por el árbol que les ha permitido trabajar de generación en generación.

En este caso, el árbol valorado es el del totumo, cuyo fruto tiene variedad de usos dentro de esta cultura patiana y son las mujeres afro las que se encargan de transformarlo. Para ello inician su labor con el corte del mate, aprendida desde temprana edad, lo cual implica más que el manejo de la técnica y connota un significativo elemento cultural en tanto el trabajo con este fruto se hace especialmente dentro de la comunidad femenina y por familias. Las mujeres mayores transmiten su conocimiento a hijas y nietas, quienes inician el oficio desde el hecho mismo de recolectar los puros del árbol. Esta actividad, realizada sobre todo en horas tempranas de la mañana, requiere de un gran trabajo en equipo, por lo que las familias y como hemos dicho, las mujeres, se reúnen en torno al árbol del totumo para en conjunto sacar tantos puros como sea posible y de tal forma transportarlos hasta sus hogares.

La recolección de los mates es de gran importancia para los patianos, se constituye casi que en un ritual en el que los horarios y los roles de cada miembro del grupo familiar son siempre los mismos. De tal forma, la recolección conlleva un valor simbólico, ya que ha sido prescrita por la tradición de la comunidad patiana y responde a la necesidad vital de buscar el sustento diario a través de la transformación del mate para su posterior venta.

Es por ello que la gran relevancia del oficio corta mate se refleja también en las artes. Encontramos, entonces, la creación musical interpretada por las “Cantaoras del Patía”, quienes a través de la letra de la canción “Las corta mate”, rinden homenaje a este oficio tradicional:

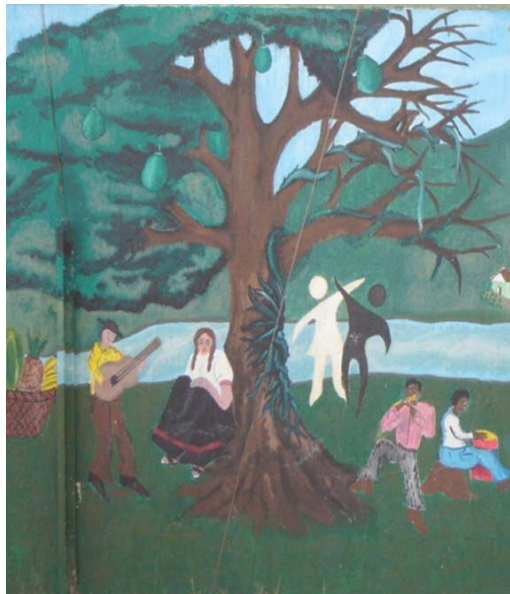
*Allá van las corta mate,
con su castilla y machete
También llevan garabato
y un trapo pa' hacer rodete
Cuando amanece lloviendo
ni aguacero las detiene
van en busca de la mata
que más puros jechos tiene [...]/
Marcos Angulo subite al palo
y dile a Elsa que te reciba
Ana Leidy y Belisa cortan el puro
Blanca y Eladio sacan la tripa(bis)/
Ya vienen las corta mate
cargaditas con sus puros
se les nota muy cansadas
pues este trabajo es duro/
Allá viene Ricardina
con su costadilla de mate
atrás viene ña Victoria
llamando a Magdalena
Aracelly cocina el mate
Dile a Ana Tulia que lo
empareje
Minta y Adela vayan
raspando
Dilia y Cenón que lo asoleen (bis)/
Marelvi lo está volteando
Por dentro ya se secó
Samir lo está recogiendo
Porque ya lo va a vender/
Organicen los costales*

*Para empacar por docenas
 Pues ya llegó noche buena
 Que es la temporada buena/
 Tenemos zumbos para la
 Leche
 Pueros y mates para el
 Chancuco
 Conchas y mates de media
 Libra
 Y también mates de libra entera (bis)...*

(Geim, sf: 66)

Pero la letra de la melodía musical, que da a conocer la forma como se realiza el oficio en esta cultura patiana, no es la única demostración de afecto hacia esta labor o al árbol que la permite, pues también encontramos otras representaciones y expresiones artísticas que exaltan la importancia del mate en la comunidad patiana.

El mural realizado en una de las paredes de la localidad de El Bordo, da a conocer, precisamente, los elementos culturales, así como los colores paisajísticos y raciales que abundan en el municipio, dando especial importancia a la naturaleza y dentro de ella al árbol que proporciona un referente identitario. El dibujo muestra la tradición del totumo (Ver Imagen 1), con el cual se hace claro que el puro se constituye en un componente de vida para esta cultura.



*Imagen 1: Fragmento Mural
 "Patía, tierra de colores"
 en El Bordo, Cauca*

De todo ese sentir corta mate, habla Elvia María Caicedo de 75 años, quien se ha dedicado su vida al oficio. Ella, junto a aproximadamente 600 mujeres en todo El Patía, se consagra a esta actividad que ha significado la fortaleza patiana, aunque para doña Elvia ha sido más que un oficio, por eso afirma: *“cortar el mate es un arte que hemos tenido los patianos desde hace más de unos cien años, muchas familias han vivido y siguen viviendo de eso”*.

Y vivir de la labor familiar implica un gran conocimiento sobre todo el proceso, importante para el futuro uso que se le dará al fruto. Por esa razón, Elvia explica que el mate *“hay que buscarlo en el tiempo en que esté jecho, eso quiere decir que uno va y le mete la uña y no se va a hundir, debe estar bien templado, ahí ya sabemos que está jecho y ya se puede coger para cortarlo. Se corta bien con una peinilla y se le saca la tripa para poderlo cargar. Entonces cada matecito, cada puro que se va cortando se le va sacando la tripa, se le va botando y se trae a la casa y se cocina”*.

El mate cortado y cocinado (Ver Imagen 2) se vende a quienes producen el dulce típico, que es el manjar blanco, con el fin de darle uso de recipiente para este producto. Esa venta, que no siempre es fácil de realizar, es la que ha permitido a las familias patianas salir adelante.

No obstante la dificultad de las ventas, el oficio corta mate es supremamente valorado y por ello es posible encontrar testimonios con los cuales se resaltan los recuerdos de niñez, época en la que se aprende a hacer todo el proceso del mate y también a disfrutar de lo que su



Imagen 2: Mate usado como recipiente para el dulce típico en El Patía, Cauca

uso ofrece. Aidé Gonzáles es una de las mujeres que recuerda y explica los diferentes usos que se le ha dado al mate anteriormente y en la actualidad: *“antes en las casas, cuando yo me crié con mi abuela, utilizábamos el mate para echar la leche y para tomar agua, es deliciosa cuando uno la toma del mate, es sabrosísima. Ahora lo usamos para echar el dulce, también para echar semillas, para tomar chancuco, una bebida típica de El Patía, para sacar agua en la casa y también para la artesanía; además la pulpa ya se está utilizando para hacer jarabes y shampoos”*.

Por las diferentes formas de usar el mate y por los recuerdos siempre vivos sobre el aprendizaje del oficio corta mate, es que las mujeres afropatianas han decidido organizarse y conformar una asociación, con el fin de trabajar tanto en el proceso del corte del mate como en la venta del mismo. Aidé Gonzáles es la presidente de la Asociación de Mujeres Corta Mate y conoce tan bien como Elvia la actividad. Dentro de su trabajo como presidente le ha sido posible saber con detalle lo que implica para su pueblo vivir del totumo, por eso su papel no es sólo buscar el fruto y cortarlo, sino encontrar la mejor forma de ofrecer el mate, venderlo y obtener posibilidades económicas para los avatares de cada día.

Aunque comercializar el fruto del árbol del totumo no es fácil, para las mujeres y en sí para toda la comunidad patiana, el mate sigue siendo su subsistencia. Es por eso que lo usan también en otras de las diversificaciones que se le da al fruto: la de bisutería y decoración, realizados por los artesanos locales que buscan, entre otras cosas, imprimir en lo creado un poco de la tierra donde viven.

La artesanía del totumo actualmente se ve divide en dos vertientes. Una de ellas es la artesanía realizada a modo individual y la otra es la artesanía elaborada empresarialmente.

Hablamos en primera instancia de la artesanía que podríamos llamar independiente, con una de las artesanas de la localidad: Daner Zapata.

Para esta artesana, el totumo es *“un árbol que para nosotros es como un misterio, porque durante muchas décadas ese ha sido el sustento de los pobres en El Patía. Y es fascinante porque en este tiempo pudimos encontrar otra manera de cambiarlo, transformarlo, algo muy rico para nosotros”*.

La bisutería elaborada por Daner, entonces, parte principalmente de este fruto, aunque conlleva más elementos que buscan siempre tener de referencia la tierra del Patía o las raíces ancestrales (Ver Imagen 3), por lo cual expresa: *“he estado revisando cosas de África, empezamos mirando figuras que se manejan allá para recrearlas en nuestra artesanía, también algunos colores que sentimos nos representan. De paso investigo sobre la tendencia y la moda, uno no puede salirse de ese marco. Pero se trata de ir innovando, digamos, si hay algo en un material determinado, yo busco trabajar con totumo y semillas. Es decir, traslado al totumo el diseño que hay de moda en otro material. Las semillas de la región también son importantes; trabajo con ellas porque eso hace parte de nuestra identidad”*.

Como es posible apreciar, los referentes identitarios de la comunidad patiana tienen que ver con sus raíces afro, lo cual se resalta y trata de ser expresado en cada elemento artesanal. De tal forma, se busca que la artesanía, en este caso de bisutería, represente lo que es el pueblo y sus creencias.



Imagen 3: Profesora Lola Galíndez, luciendo bisutería elaborado con totumo. Fotografía de Nelson Osorio

Además de ello, es importante considerar un aspecto, siempre tenido en cuenta por los artesanos de este lugar, que se refiere al hecho de identificar la procedencia del totumo en cualquier elaboración que se haga. En otras palabras, aunque la artesanía convierte el totumo en disímiles objetos, para los patianos es supremamente importante reconocer que el fruto con el cual están hechos, es precisamente de su tierra, tal como asegura doña Ana Melia Caicedo, profesora del colegio Capitán Bermúdez: *“Acá trabajamos el totumo casi natural, casi no le echamos colorantes, sino que generalmente se pule, se hacen algunas figuras específicas de acá y no dejamos que desaparezca el totumo, porque queremos que sea visible en la artesanía que se hace, entonces por eso no le echamos resinas espesas que lo hagan desaparecer, que lo cambien totalmente. Y así, en cualquier lugar lo reconocemos”*.

En ese sentido, para los patianos sus objetos artesanales son característicos y por ello se diferencian de cualquier elemento elaborado en otros lugares. Un ejemplo de ello se encuentra en el mismo municipio, pues existe una empresa dedicada a la elaboración de objetos decorativos a partir del totumo, pero debido a que los propietarios no son patianos, para los lugareños esas creaciones son distintas y no representan su patianidad.

El hecho de que la artesanía empresarial elaborada no represente la identidad patiana, radica en que los artesanos locales han tomado distancia del trabajo de la entidad llamada Pure Art, aunque en un principio las mujeres corta mate vendían sus frutos a la empresa y los artesanos patianos se dedicaban dentro de ella a su diversificación.

Con esta compañía hallamos la segunda vertiente artesanal dentro de esta localidad, que nos muestra otra dinámica de elaboración a partir del mate. Encontramos así que actualmente, aun cuando la empresa cuenta con una plataforma tecnológica y con la posibilidad de exportación, las mujeres corta mate, artesanos patianos y empresarios, han continuado su labor por caminos distintos. De tal forma, son dos mundos los vistos dentro de la artesanía del lugar.

A diferencia de la primera, esta segunda vertiente en la artesanía de El Patía, da a conocer la fabricación de adornos como lámparas, jarrones, copas, frutas, etc. (Ver Imagen 4), aprovechando el recurso natural dado en el municipio para transformarlo y comercializarlo.



Imagen 4: Objetos decorativos de la empresa Pure art en El Patía, Cauca.

Los diseños de estos objetos decorativos efectivamente no remiten a elementos identitarios, entre otras cosas porque la idea es exportarlos, lo cual, al parecer, requiere de un diseño más bien comercial, aunque lo original del producto está en el material con que está elaborado; es decir, en el totumo. Por tanto, la artesanía empresarial da cuenta de elementos que tienen un uso específico y de diseños que si bien buscan ser innovadores, no reviste en sus colores, formas o motivos, algún aspecto que permita a los patianos sentir afinidad con éstos.

No quiere decir lo anterior que los elementos identitarios que buscan imprimirse dentro de la artesanía local en los objetos impidan la venta de los mismos, pues es precisamente ese hecho el que hace la diferencia entre las dos vertientes artesanales vistas en El Patía.

Pero independientemente de si existe o no diferentes formas y grupos de trabajo alrededor de la tradición corta mate y la artesanía, lo que se hace más visible es que El Patía se

convierte en un lugar importante para la artesanía del totumo, aunque sus principios de creación y sus objetivos de venta sean distintos entre los artesanos que, de procedencia o no patiana, conviven en el lugar.

Podemos afirmar, entonces, que es el totumo, en sus diferentes dimensiones —como elemento rústico que cumple funciones de recipiente o como objeto transformado en bisutería o en objetos decorativos— el que da la esencia del lugar y en el caso de las mujeres corta mate y los artesanos locales, este fruto permite expresar y representar identidad.

Mercaderes

El municipio de Mercaderes es otro de los lugares donde se instala el puro o mate. Con este fruto podemos apreciar a quienes buscan no sólo la belleza en el objeto elaborado, hecho instrumento musical, sino también lo bello del sonido que nos remite a las tonalidades de la naturaleza que rodea a este territorio.

Y teniendo en cuenta que es un municipio lleno de musicalidad, no es difícil pensar en que sus artesanos se dediquen precisamente a la elaboración de instrumentos para ser intérpretes de sus propias creaciones.

Fabio Velasco, artesano mercadereno, nos muestra con su artesanía la realización de dos formas de lo bello fusionados en el elemento musical y en el sonido del mismo. Él se ha dedicado a la elaboración de instrumentos de cuerda, pero en ellos existe impreso un toque de originalidad, dada gracias al totumo o puro, pues permite que éstos contengan un diseño especial y un sonido limpio y afinado.

Pero la pasión de Fabio por la artesanía de instrumentos se debe también a su pasión por la música, la cual le permite concebir las formas y *“dependiendo qué instrumento es, se le hace caja para que dé buen volumen, o se calibra la caja armónica. Con esto se ha avanzado en la cuestión de buscarle el sonido, se*

ha investigado un poco hasta que ya el instrumento es bien sonoro”, tal como lo explica el artesano.

Estos instrumentos (Ver Imagen 5) exhiben además figuras que muestran las concepciones con las cuales son diseñados, pues la idea es que sean singulares y únicos. Dicha singularidad se encuentra también en el nombre con el cual han sido bautizados: purófonos, llamados así por salir del puro, cuya redondez permite dar forma a la caja de un tiple o un charango, haciendo al mismo tiempo que de su interior salgan los sonidos graves o agudos, necesarios para hacer música.



Imagen 5: Instrumentos purófonos elaborados por Fabio Velasco en Mercaderes, Cauca

Aunque para llegar a la música y escucharla en los purófonos, es preciso el trabajo artesanal, por lo que, primero, relata Fabio, *“trabajamos principalmente lo de laensemillada, ya que para nosotros es importante este árbol que se ha ido perdiendo y que los abuelos lo tenían para sacar recipientes y en ellos tomar la chicha. Con esto, nosotros no sólo obtenemos la materia prima, sino que volvemos arraigarnos a la tierra”*.

Con los purófonos, es posible entender el sentido del “arraigarse a la tierra”, pues lo que se busca, por un lado, es rememorar aquellas prácticas ancestrales, al tiempo en que se da uso a un fruto que viene de la naturaleza.

En ese sentido, es muy importante la parte de la siembra, pues con ella es posible obtener por fin el árbol que dará los frutos para la elaboración artesanal. Es por ello que el artesano y músico

explica: “sembramos el árbol del totumo para la selección del puro que se va a trabajar y tomamos las medidas exactas para la elaboración del instrumento”.

Pero es necesario tener en cuenta que la siembra va más allá, pues no se es sembrador sólo de árboles y plantas — para de ellos obtener los materiales de sus instrumentos—, sino también de lo cultural, ya que con la creación de los instrumentos, se busca sembrar conocimiento en las personas interesadas por aprender la construcción artesanal de instrumentos, y al tiempo en las que cuyo gusto está en interpretarlos musicalmente.

Por tanto, la idea arte-sanal en la que participan también orfebres de la zona a quienes se les ha capacitado para la elaboración de los instrumentos, sirve de base fundamental para la conformación de la orquesta de instrumentos andinos del municipio de Mercaderes, donde los chicos aprenden a tocar flauta, tambora, chirimía y adecúan los purófonos como el tiple, charango, bandola, para incorporarlos en el montaje de las canciones.

La labor artesanal, en esa dirección, implica más que la simple fabricación, ya que todo parte del gusto musical y artesanal. Aunque con el uso del totumo en los instrumentos, existe otro principio que es necesario resaltar. Dicho principio es el ecológico, pues si bien el fruto es dado por la naturaleza, también permite que la fabricación de instrumentos andinos como el tiple, no se haga más a partir de animales (Ver Imagen 6). De tal forma, Fabio comenta lo siguiente: “los purófonos son una propuesta que estamos haciendo con el fin de elaborar un instrumento musical innovador, pues se busca sustituir la muerte del armadillo y no utilizar su concha porque la parte ecológica



Imagen 6: Fabio Velasco y sus instrumentos purófonos en Mercaderes, Cauca

La búsqueda artesanal y musical, entonces, va acorde con el cuidado ecosistémico que los artistas mercadereños han sentido perdido. De ahí la lucha por la siembra ecológica y cultural, ya que de ella depende el éxito de una buena actividad orfebre y también la concientización de lo que la naturaleza provee y que es necesario cuidar para poder continuar con los elementos culturales que representan la localidad.

Teniendo en cuenta lo expuesto y partiendo de las concepciones con las cuales se realiza el instrumento, se hace posible comprender el valor intrínseco que acompaña a los purófonos elaborados; valor que se encuentra tanto en el transcurso de la fabricación, como en el proceso de enseñanza para la interpretación musical de los purófonos.

Así las cosas, el uso que se da al totumo en la artesanía de instrumentos mercadereños nos remite a un sentido identitario y cultural, en tanto se pretende hacer alegoría a aquello que deviene de la naturaleza, a lo que es ancestralmente y a aquello que ha caracterizado a la región a nivel musical.

Conclusión

En este documento hemos querido mostrar el camino andado por Patía y Mercaderes, donde nos acercamos a la utilización del fruto con el cual es posible conocer el territorio, plasmado en las elaboraciones hechas por las manos artesanas de estas culturas caucanas.

La artesanía en estos lugares da a conocer los usos distintos dados al totumo, el cual se constituye en un elemento identitario, pues como se ha visto, rememora y renueva las tradiciones ancestrales, ecológicas y culturales de los municipios. Y al ser un elemento que genera identidad nos muestra las concepciones y pensamientos de los patianos y mercadereños.

El totumo hace posible lo artesanal y de lo artesanal se desprende otro elemento que se refiere a la concepción que los artesanos poseen de lo bello, pues en los objetos creados, como

se ha afirmado, existe la originalidad que bien puede expresar belleza, una belleza que en los casos vistos, quiere remitir a lo que la naturaleza y la tierra han dado.

Esa belleza, por tanto, pretende ser siempre lo más natural posible, para estrechar así la cercanía con la tierra y con lo ancestral. De tal forma, en El Patía se busca un acercamiento a las raíces afro y a la tradición que a partir de ello quedó como legado, y en Mercaderes, se busca el arraigo por algo que se considera perdido, como es el uso que los abuelos daban al totumo, aunque al tiempo se renueva para volver de otra forma a lo que fue heredado: el árbol del totumo.

Así las cosas, el uso y la diversificación del mate o puro, exhibe en él todo un valor simbólico, de ahí la importancia que reviste para los artesanos de las localidades aquí mencionadas. Y los objetos o elementos fabricados connotan también ese valor, que deviene en ellos por el hecho de provenir del fruto que tanta riqueza cultural ha proporcionado en estos municipios. Esos elementos artesanales, son los que, en su singularidad, buscan imprimir su propia belleza y la belleza del lugar de donde provienen.

Por todo ello, no queda más que explorar la riqueza cultural del Cauca que expresa en sus diferentes identidades los elementos más representativos de cada lugar a través de la artesanía. Una riqueza con la cual podemos conocer y sobre todo reconocernos, pues, al decir de Octavio Paz (1991), “una obra de arte o una acción concreta definen más [...] —no solamente en tanto que lo expresan, sino en cuanto, al expresarlo lo recrean— que la más penetrante de las descripciones”.

REFERENCIAS

Paz, Octavio
1991 **El laberinto de la soledad.** Fondo de Cultura Económica, México.

Geim
Sf **Lágrimas, cantos, bailes y algo más... en el valle del Patía,** UNICEF y Universidad del Cauca, Popayán.

FUENTES ORALES

Elvia Caicedo (El Patía)
Aidé Gonzáles (El Patía)
Ana Melia Caicedo (El Patía)
Daner Zapata (El Patía)
Fabio Velasco (Mercaderes)

IDENTIDAD Y COLECTIVOS ARTESANALES

CARMEN CAMPOS¹
Diseñadora Artesanal

Presentación

Hablar sobre diseño e identidad en Latinoamérica es un punto importante de reflexión, sobre todo en estos momentos de la economía mundial en los cuales surgen factores para pensar acerca del papel que juega el diseño en la valoración de las raíces culturales. De tal forma, es posible analizar y visionar el potencial de las herramientas que proporciona el diseño a través del pensamiento creativo educado, que genera soluciones para el desarrollo humano en las economías latinas en beneficio del desarrollo social.

El material que se presenta a continuación ha formado parte de investigaciones que la autora ha desarrollado en proyectos de consultoría, artículos e investigaciones en diseño y artesanía.

Identidad y artesanía

La identidad es comprendida como conjunto de rasgos propios que caracterizan a un individuo o a una colectividad

¹ Actualmente se desempeña como Coordinadora de Investigación en la Escuela de Artes Aplicadas Carlos Alberto Imery, Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador.

frente a las demás (DRAE, 2001). La identidad se puede percibir como parte de una cultura vinculada al mercado y al consumo, representada mediante un patrimonio material o inmaterial, inmerso dentro de un modelo económico que valora y transmite el sentido de pertenencia.

Esto porque las luchas generacionales acerca de lo necesario y lo deseable, muestran otro modo de establecer las identidades y construir lo que nos distingue. Nos vamos alejando de la época en que las identidades se definían por esencias ahistóricas: ahora se configuran más bien en el consumo, dependen de lo que uno posee o es capaz de llegar a apropiarse. Las transformaciones constantes en las tecnologías de producción, en el diseño de los objetos, en la comunicación más extensiva e intensiva entre sociedades —y lo que esto genera en la ampliación de deseos y expectativas— vuelven inestables las identidades fijadas en repertorios de bienes exclusivos de una comunidad étnica o nacional (García Canclini, 1995).

La visión de cultura, por su parte, se enfoca más hacia la conformación de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad, comprendiendo además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (UNESCO, 1982). Lo cultural, además, abarca el accionar humano, el conjunto de bienes tangibles e intangibles que él produce. Es allí donde se encuentra a la artesanía como parte de la cultura material de los pueblos, generando una relación entre la economía y la cultura mediante las actividades de producción y comercialización, donde existen valores simbólicos como la creatividad y la identidad.

En ese orden de ideas, encontramos que la artesanía latinoamericana es resultado de un proceso histórico cultural que se ha visto influenciado de elementos indígenas e hispánicos, pertenecientes a un patrimonio inmaterial o intangible, que de acuerdo a la definición de la UNESCO (Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, 2003), se trata de:

un conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundadas en la tradición,

expresadas por un grupo o por individuos y que reconocidamente responde a las expectativas de la comunidad en cuanto a expresión de su identidad cultural y social; las normas y los valores se transmiten oralmente, por imitación o de otras maneras. Sus formas comprenden, entre otras, la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, la artesanía, la arquitectura y otras artes.

Otra definición, según el CMA, Consejo Mundial de la Artesanía, se refiera a que “Artesanía es toda actividad productiva que resulte de objetos o artefactos acabados, hecho a mano o con la utilización de medios tradicionales o rudimentarios con habilidades, destreza, calidad y creatividad.” La artesanía utilitaria o artística, inspirada por la tradición representa una forma valiosísima de expresión cultural, un “capital de confianza en uno mismo”, especialmente importante para los países en desarrollo (UNESCO, 2007).

Asimismo, el artesano es un maestro que domina unas materias y unas técnicas que le permiten hacer cosas imposibles de realizar por un proceso industrial. Por lo tanto, lo que la artesanía produce ha de estar en sintonía con dos cosas: 1) con las necesidades reales de la vida cotidiana actual y 2) con la sensibilidad y la estética del momento. Si se consiguen estas dos premisas, la artesanía encontrará su puesto en la sociedad contemporánea (André Ricard, 1987).

La Carta Interamericana de las Artesanías y de las Artes Populares clasifica a la artesanía en cuatro grupos: *artesanías populares*, *artesanías utilitarias*, *artesanías decorativas* y *artesanías de servicio*. De igual manera se distingue la *artesanía indígena*, para los oficios de origen indígena; *artesanía tradicional*, para los de origen africano y europeo implantados por España y Portugal en la colonia; y *artesanía contemporánea o neoartesanía* para las manifestaciones más recientes, post-industriales, urbanas y con componentes de modernidad. De acuerdo al uso y función de éstas en la actualidad, la clasificación se puede resumir a dos categorías: *artesanías utilitarias* y *decorativas*.

La artesanía se presenta como un factor idóneo, con efecto social multiplicador, que contribuye no sólo con la generación de empleos a corto plazo para suplir una demanda inmediata de productos artesanales, sino, lo que es más importante, hace partícipe de los beneficios del turismo a las comunidades, al tiempo que contribuye a afianzar nuestra identidad. Además ofrece posibilidades de desarrollo y formación, aprovechándose para tal efecto condiciones preexistentes como conocimientos, recursos o materias primas al alcance de la mano y bajos costos de la producción. La artesanía representa una actividad cultural que expresa lo más profundo del alma de un pueblo. Manifiesta sentimientos y esperanzas conectadas con la identidad nacional.

En tal sentido, aparece un nuevo concepto de artesanía que pretende aglutinar no sólo las manifestaciones artesanas enraizadas con las tradiciones populares, sino también con todas aquellas actividades que, incorporando nuevos procesos productivos, materiales y diseños, conservan un carácter diferencial respecto a la producción industrial seriada.

Identidad y Diseño

El diseño tiene una importante participación en la proyección comercial de un producto, ya que ayuda a establecer los valores diferenciales que lo identifican con el ámbito cultural de la comunidad a la que pertenece. Si se tiene en cuenta que las técnicas artesanales tradicionales no son exclusivas de esa comunidad y existen de igual manera como componente de las tradiciones de otros países y regiones, el diseño debe ayudar en este caso a fijar los elementos de una identidad en el propio producto, para posicionarlo con valores diferenciadores en el mercado, tales como empaques, marcas, historias de producto, entre otros.

Todo ello tiene de fondo entender el diseño dentro de una serie de prácticas sociales y culturales que permiten crear mejores

ciudadanos y dan sentido de pertenencia al hacer sentir diferentes a quienes poseen una misma lengua o tienen semejantes formas de organizarse y satisfacer sus necesidades (García Canclini, 1995). Así que la idea de volvernos diseñadores partícipes de la conformación de un sistema de identidades, genera, además, un rol activo social, político y económico, otorgando al diseño autonomía en la acción cultural, ecológica, ambiental, etc., para desarrollar lo endógeno y redescubrir significados en la materialidad y en la estética.

Aunque en diferentes oportunidades se ha planteado la búsqueda de una identidad desde el diseño y la artesanía, algunas veces se han copiado representaciones populares o indígenas, sin realizarse una verdadera recreación de las formas, ni ningún tipo de trabajo que manifieste una evolución positiva. Es necesario, por lo tanto, la recuperación de la memoria social para apuntar a un producto cultural que refuerce los procesos de identidad. Desde la perspectiva del diseño podemos colaborar promoviendo la generación de carácter nativo, que aporte significativamente en la construcción de nuestras identidades (Pepe, 2007).

El sector artesanal en El Salvador

La problemática artesanal en El Salvador se ha visto generalizada en los diferentes oficios, en los procesos productivos, en la comercialización, acceso a créditos y especialización técnica y sistematización. Sin embargo, existen entidades dedicadas a la ayuda al sector artesanal y durante décadas han luchado por brindar a la artesanía la calidad y el valor cultural que se merece.

La importancia de la vida artesanal depende de la existencia de consumidores que la adquieran, pues más que la satisfacción de necesidades, el comprador de artesanías busca contenidos estéticos nacidos de la presencia directa de la mano y el cerebro del hombre. Esta actividad del sector productivo informal llamada artesanía, se convierte en una importante

fuentes generadoras de empleo e ingresos dentro del PIB, aunque es considerada como parte de un sector de pobreza en la economía nacional.

Y es que el deficiente control de la calidad a partir de la selección de la materia prima, ha obligado al artesano a vender sus productos a bajos precios y, además, a través de intermediarios, muchas veces por el desconocimiento de canales de comercialización adecuados.

La poca investigación e innovación y la vinculación a programas de desarrollo de producto, provoca en el artesano un estancamiento que repercute en un inconstante ciclo productivo innovador. Otro factor, la competencia desleal, generada por los niveles de subsistencia de las microempresas, con frecuencia no permite que los productores se adecúen a las exigencias del mercado en cuanto a exclusividad se refiere.

En ese sentido, es importante comprender que la promoción cultural y turística de los productos artesanales, dependen de la organización estratégica del sistema sociopolítico, del compromiso y responsabilidad en la articulación institucional, así como del apoyo al sector artesanal, bajo un enfoque de país y de procesos de desarrollo endógenos; pues el ser atendido como microempresa agrícola, no-agrícola, artesano y pequeño empresario, hace que muchos de los esfuerzos se perciban de manera aislada.

Pese a lo expuesto, los logros actuales han librado una histórica batalla. En 1940 se inició un movimiento de revalorización de las artesanías con la formación de un Comité Pro Folklore Nacional, impulsado por el Ministerio de Educación e integrado por artistas e intelectuales de la época, quienes dieron comienzo a las actividades de divulgación e investigación de las artesanías, más tarde suspendidas por falta de apoyo.

En 1956 se creó la Comisión Nacional de Artesanías conformada por representantes del Ministerio de Trabajo y Economía, y más tarde se estableció una Sección de Artesanías en dicho Ministerio con el propósito de promover la educación, asistencia técnica y promoción del sector.

A partir de 1957 la empresa Design Associates evaluó las diversas ramas del sector artesanal. En 1960 se analizó la

lista de artesanías, lo que indujo al gobierno, en el año de 1963, a crear el Instituto Salvadoreño de Fomento Industrial (INSAFI), que en colaboración con la Agencia Internacional para el Desarrollo (AID), brindó asesoría a los principales centros artesanales: en occidente, Nahuizalco con mimbre y tule; en la zona paracentral, San Sebastián con textiles e Ilobasco con cerámica; zona central, Chalatenango con cestería y fibra de palma y Panchimalco con textiles; en Oriente, Concepción de Oriente con hamaca y jarcia y Guatajiagua con cerámica.

En 1965 el INSAFI contrató a la firma Dave Champan Goldsmith Jamasake Inc, que desarrolló una serie de programas para la creación de nuevos diseños. A través del Programa para el Desarrollo y Promoción de Actividades Artesanales en 1966, se crearon también políticas y procedimientos de trabajo, se independizó la ayuda al artesano y se dotó de un fondo especial para el mercado de productos artesanales, logrando un alto nivel en las ventas.

En 1977 el Centro Nacional de Productividad (CENAP), como una dependencia del Ministerio de Economía, patrocina el “Primer Congreso Nacional de Artesanía y Pequeña Empresa” y entre las recomendaciones estaba crear un ente autónomo nacional para la canalización de toda ayuda nacional o extranjera al sector.

Aunque existían oficinas estatales como el INSAFI, CENAP y el Departamento de Etnografía de la Dirección del Patrimonio Cultural, no había un apoyo directo sino hasta 1979, cuando a través del Decreto No.174, se promulgó la “Ley de Protección Artesanal” cuya finalidad era propiciar la actividad artesanal en el país, su patrimonio y su mercado; fue entonces que se decidió dar mayor apoyo al sector.

En 1982, las ventas disminuyeron y el gobierno perdió el interés en continuar el programa para el Desarrollo y Promoción de Actividades Artesanales. Sin embargo, a través del Decreto No.1053, se proclamó la “Ley de Creación del Instituto Salvadoreño de Artesanías (ISA)”, cuyo objetivo era servir de instrumento activo al Estado en el cumplimiento de las políticas relacionadas con el desarrollo del sector artesanal.

En 1998, el Programa para el Desarrollo de las Artesanías (PRODESAR), apoyado por la Unión Europea, junto con el Ministerio de Economía y el Ministerio de Educación, planificaron los *clusters* de artesanos para analizar las problemáticas del sector y encontrar soluciones. Más adelante PRODESAR se convierte en la Cámara Salvadoreña de Artesanos CASART y a través de la Ley del Fondo Especial de los Recursos provenientes de la Privatización de ANTEL para la ejecución del Área de Desarrollo Artesanal, se crean los cuatro Centros de Desarrollo Artesanal repartidos en las cuatro zonas político administrativas para brindar servicios de asesoría en diseño: en Llobasco (zona Paracentral), Guatajiagua (zona Oriental), La Palma (zona Central) y Nahuizalco (zona Occidental).

Posteriormente, estos Centros pasaron a ser administrados por el Ministerio de Economía a través de CONAMYPE, quien ha tenido bajo su responsabilidad el funcionamiento de los Centros de Desarrollo Artesanal desde el 2001 hasta la fecha y en cuyos centros han intervenido diseñadoras graduadas de la Universidad Dr. José Matías Delgado, para el desarrollo de nuevas líneas de productos según los oficios específicos.

Considerando el deseo de algunos artesanos en innovar sus productos, el Ministerio de Economía mediante su entidad de Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa CONAMYPE, a través de sus Centros de Desarrollo Artesanal en Nahuizalco, La Palma, Ilobasco y Guatajiagua, crean el Fondo de Asistencia Técnica FAT, con el fin de que los artesanos puedan solicitar desarrollo de producto y renovar su oferta artesanal y así de acceder a nuevos mercados, especialmente con el aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio en el que las artesanías se ven libres de aranceles para la exportación.

Los microempresarios artesanos comenzaron, entonces, a demandar servicios de diseño porque vieron la necesidad de renovar sus productos para incursionar en nuevos mercados. De esa manera se crearon espacios de consultoría en el área del diseño artesanal, a través del Fondo de Asistencia Técnica FAT para microempresarios, grupos asociativos y pequeñas empresas exportadoras.

Existen otras instituciones como El Programa para el Desarrollo Artesanal del AID, que en los últimos cinco años ha

generado esfuerzos significativos en la innovación y comercialización de la artesanía en mercados nacionales e internacionales. Asimismo, la Cámara Salvadoreña de Artesanos CASART, anteriormente PRODESAR, tiene acumulada experiencia en la atención al sector gracias a su vinculación con reconocidas entidades artesanales de Iberoamérica y con el Consejo Iberoamericano para la Artesanía. De igual forma, el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte CONCULTURA, a través de la Red de Casas de la Cultura, desarrolla la labor de promoción y fomento de las actividades artesanales.

Aid to Artisans ATA El Salvador, ahora Programa de Desarrollo Artesanal del AID, ha colaborado en proporcionar al microempresario artesano servicios especializados en inteligencia de mercado y diseño. Toda esta contribución social ha recavado buenas experiencias y ha creado la demanda ante el microempresario de solicitar servicios en las áreas de diseño del producto artesanal.

Diseño y artesanía en El Salvador

En el año de 1978, en pleno conflicto armado, se crea en El Salvador una nueva alternativa en la Educación Superior de la Universidad Dr. José Matías Delgado: la Escuela de Artes Aplicadas “Carlos Alberto Imery”, cuyo fin perseguía formar diseñadores altamente profesionales dentro de las artes gráficas.

En 1989, se crea una nueva carrera que aportaría mucho en materia de diseño: Diseño Artesanal, la cual surgió por influencia de modelos de desarrollo artesanal en otros países de América Latina como México, Ecuador y Colombia. La finalidad de dicha carrera, fue impulsar los centros artesanales que se vieron afectados por la baja producción, migración, desempleo y pobreza a raíz del conflicto armado. Por ello, con la firma de los Acuerdos de Paz en 1992, se desarrollaron políticas como inserción de empleo y asistencia técnica para el sector artesanal, a fin de promover el desarrollo local y de tal forma contribuir a la reconstrucción del país.

Anterior a la creación de la nueva carrera, los profesionales en diseño sentían un vacío en la cobertura de servicios, ya que hacía falta una especialización en materia de desarrollo del producto, pues los diseñadores se inclinaban al Diseño Gráfico o al Diseño Ambiental, y eran ellos quienes en ocasiones suplían la demanda de sectores de la industria o de las artesanías para desarrollar productos que pudieran ser comercializados en nichos de mercado nacional o internacional.

Por esa razón, la especialidad en Diseño Artesanal se enfocó al desarrollo de productos con técnicas y procesos artesanales o semi-industriales, ya que el profesional en este campo, a través del conocimiento de las técnicas y la coherencia formal, podía desarrollar productos de acuerdo a criterios y parámetros, manteniendo el respeto por la cultura y la identidad.

Vemos, entonces, que el trabajo de diseño en los productos artesanales en El Salvador lleva más de 20 años. Pero es a mediados de los 90's que comienza la relación diseñador-artesano, pues gracias al apoyo de la Unión Europea a través del Programa para el Desarrollo de las Artesanías (PRODESAR), el diseño fue incursionando en la mente de los artesanos, quienes en principio se mostraban reacios a desarrollar un trabajo en equipo con diseñadores, ya que consideraban que la labor creativa que ellos aplicaban para desarrollar las artesanías, era la única manera de hacer productos.

Por el año 1995, PRODESAR y la Universidad Dr. José Matías Delgado, llegan a acuerdos de cooperación para que estudiantes de la carrera se involucren con comunidades artesanales y desarrollen productos para la exportación. Esta cooperación trajo consigo una nueva forma de trabajo compartido entre consultores nacionales e internacionales para el mejoramiento de las artesanías. Aunque estas alianzas de trabajo en conjunto fueron muy esporádicas, los diseñadores y artesanos comenzaron a evolucionar en su relación.

Una vez comprendida la labor y la cultura de cada una de las comunidades por parte del diseñador, el artesano fue dando mayor apertura y la transferencia de conocimientos fue de mucho aporte para ambas partes. De esa forma se desarrollaron diseños

y productos que tuvieron mejoras en su aspecto formal, productivo y económico.

A principios del año 2001, la Cámara Salvadoreña de Artesanos CASART, ejecuta Proyectos de Diseño financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo BID, para el mejoramiento de las artesanías. Estos proyectos fueron desarrollados por diseñadores y diseñadoras nacionales, graduados y egresados de la carrera de Diseño Artesanal de la Escuela de Artes Aplicadas de la Universidad Dr. José Matías Delgado, quienes tenían una preparación académica muy profesional en fundamentos y conceptos de diseño, métodos de diseño, diseño del producto y técnicas artesanales; por lo que todos esos conocimientos fueron aplicados a lo largo del trabajo en conjunto diseñador-artesano, dando resultados muy positivos en el desarrollo de nuevos productos.

Así, las primeras generaciones de diseñadores artesanales comenzaron a abrir espacios de capacitación, asesorías y consultorías en diversas ONG'S, con proyectos de desarrollo y mercadeo de las artesanías, creando demanda de diseño por parte de los artesanos, dada la necesidad de innovar la oferta e incursionar nuevos mercados. Organismos como Aid To Artisans ATA, también han incorporado a diseñadores artesanales nacionales para la innovación y diseño.

Llegado el año 2005 se firma un convenio de cooperación con la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña empresa, CONAMYPE, y la Universidad Dr. José Matías Delgado, para aunar esfuerzos en pro del desarrollo social y económico de El Salvador en el sector de la microempresa, con la intención de involucrar a los estudiantes de diseño en proyectos de asistencia técnica. Bajo este marco se gestiona con CONAMYPE y el Centro de Desarrollo Artesanal CEDART de Nahuizalco, la intervención de un grupo de alumnas y su docente, para generar investigación en el rubro de las fibras vegetales; así, por medio de la experimentación, se obtuvieron resultados de beneficio para los grupos artesanales. Y con la colaboración del Programa de Desarrollo Artesanal del AID, se desarrollaron visitas a otras localidades de El Salvador para conocer el trabajo artesanal con las fibras vegetales.

Los proyectos bajo el convenio pretendieron reforzar los aspectos de identidad en el diseño de productos, desde el análisis del sistema de producto, la cadena productiva, el contexto cultural social, el uso de las materias primas que generan valor de origen, la apreciación de las técnicas tradicionales y el significado de la producción manual proveniente del artesano. Es decir, se trató de valorar lo etnográfico, el aspecto vivo de la cultura, para palparla, sentirla, retomarla y transmitirla fortalecida desde el diseño a partir del uso coherente de la conformación de los objetos, las técnicas, materias primas y acabados, que permitieran ubicar los productos artesanales en ventaja competitiva con el mercado.

Experiencias de Diseño e Identidad

La experiencia de intervención en diseño artesanal, ha generado un cambio en la percepción del diseño por parte de los grupos artesanales, pues ese acercamiento permite lograr en el colectivo una reflexión sobre el quehacer productivo, el bagaje cultural y técnico-manual que se ve consolidado con el aporte creativo del diseño en propuestas que retoman el saber hacer y el ser. Algunas experiencias significativas han sido trabajadas con colectivos diferenciados bajo las siguientes categorías: emprendedores artesanales y artesanos de oficio; ubicados en zonas rurales o urbanas; con grupos conformados por una mayoría de género. Dos experiencias de intervención en una misma localidad, son las que damos a conocer a continuación. La primera experiencia se realizó con un grupo de mujeres emprendedoras y la segunda con un grupo de hombres artesanos.

Caso de grupo de artesanas emprendedoras

Los emprendedores artesanales en zonas rurales por lo general se ven motivados a desarrollar una actividad productiva que pueda generar a corto plazo un beneficio económico para el

sostén de las familias, alternando la productividad con actividades agrícolas o domésticas según el género. La identidad aquí no es conformada en tanto grupos artesanales, sino que se ve descubierta al conocer y valorar el potencial individual como productores de objetos, lo cual se refuerza cuando el objeto producido comienza a pertenecer a un sistema o cuando puesto en el mercado se asocia al grupo productor. El diseño en este tipo de grupo (Ver Imagen 1) es un diseño experimental, de búsqueda, se inclina al encuentro de la personalidad colectiva y el acceso al mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, se llevó a cabo, en 2006, una intervención en diseño desarrollada con un grupo de Mujeres Emprendedoras del Cantón Sabana Grande, en el municipio de Nahuizalco en el departamento de Sonsonate al occidente de El Salvador. En la experiencia surgida con el proyecto *“Diseño de una colección de contenedores en fibra, elaboradas por la comunidad de mujeres artesanas del Cantón Sabana Grande del Municipio de Nahuizalco, Departamento de Sonsonate”*, se logró percibir la forma en que, poco a poco, un grupo se apropia de una identidad artesanal que va asumiéndose como pertenencia colectiva y que está en proceso de formación, a medida que las actividades productivas se vuelven parte de cada miembro del



Imagen 1. Muestra de propuestas de diseño del proyecto desarrollado con el grupo de mujeres emprendedoras

grupo. El ímpetu emprendedor del género femenino se ve descubierto día a día con la experimentación en el uso de materiales y procedimientos técnicos, y los conceptos de diseño se adaptan al colectivo para desarrollar un lenguaje formal de los objetos.

Caso grupo de artesanos ADESCOLF

En los colectivos artesanales de oficio, la identidad se encuentra arraigada, la cultura material de los objetos está codificada y esos códigos se transmiten de generación en generación. Las técnicas y procesos se complementan con el diario vivir, y en los casos de un amplio rango generacional de traspaso del oficio, la identidad se vuelve una lectura fluida. El diseño acá se comporta diferente, es más participativo, puesto que debe respetar códigos culturales que están inmersos en la producción de los objetos; el diseño también actúa como un medio globalizador de lo local, adaptando al mercado el valor de uso de esa materialidad y buscando nuevos consumidores que interpreten su significado.

La intervención en diseño llevada a cabo con un grupo de maestros artesanos de la Asociación de Desarrollo Comunal La Fortaleza, ADESCOLF, del Cantón Sabana Grande, en el municipio de Nahuizalco del departamento de Sonsonate al occidente de El Salvador en el año 2007, fue una práctica más participativa, el nivel de experiencia de los maestros artesanos permitía la interacción ágil y puntual del diseño, ya que el artesano por tener una práctica de trabajo de más de 20 años, se vuelve asesor de la arquitectura del producto y de la construcción del mismo. El diseño rescata la materia prima adaptándola a nuevas formas de productos con el mismo tratamiento técnico, se refuerza el concepto de diseño y la identidad de los productos como parte de la colectividad.

El objetivo principal del proyecto *“Diseño de una colección de contenedores en fibra para la Asociación de Desarrollo Comunal La Fortaleza ADESCOLF, del Cantón Sabana Grande, Municipio*

de Nahuizalco, Departamento de Sonsonate”, buscó innovar los diseños de las artesanías; fomentar en los artesanos una búsqueda por nuevas formas y nuevas respuestas a las necesidades de sus clientes; potenciar el uso de las fibras vegetales, en especial el carrizo, con el fin de desarrollar una colección de productos para el hogar y de tal forma comercializarlos en nuevos mercados nacionales o internacionales, proyectando a la comunidad dentro del mercado turístico de la Ruta de Las Flores (Ver Imagen 2).



Imagen 2. Muestra de propuestas de diseño del proyecto desarrollado con el grupo de artesanos maestros ADESCOLF.

El proyecto de diseño se vinculó a la Red de diseñadores en la artesanía DEFACTO-UNESCO, Defacto Studium. Al mismo tiempo, generó la oportunidad de que las estudiantes desarrollaran habilidades en el área de la consultoría con la intervención *in situ* del diseño artesanal; y dejar un legado de productos que a mediano plazo incrementen el nivel de ingresos de la comunidad. En total se vieron beneficiados 32 personas con la posibilidad de continuar desarrollando 100 propuestas nuevas, respaldadas con imagen y un catálogo de productos físico y digital para incrementar la oportunidad de comercialización de los mismos. El proyecto contribuirá a mejorar las condiciones de producción del oficio de la tejeduría y, además, permitirá que la actividad artesanal

alcance mejores niveles de competitividad para acceder nuevos mercados. De igual modo, el proyecto se construye en instrumento de generación de empleo.

La importancia de estos proyectos ha sido valorar el aporte social del diseño, pues además, con la iniciativa de la Red de Diseñadores en la Artesanía Latinoamericana DEFACTO, se consolidó la idea de trabajar un proyecto a nivel de la red con una misma temática, que permitiera tener en cuenta aspectos de la identidad como recurso conceptual del diseño de los productos, lo cual aporta y genera una nueva materialidad y nuevos significados que permiten construir cultura desde una postura ética, cívica y moral, en compromiso con lo local y lo global. En ese sentido, el diseño se convierte en un actor social con proyección de cambio desde lo individual hacia lo colectivo.

Pero el diseño también interviene, desde lo urbano, en la concepción de la identidad, cuando colectivos de artesanos empresarios solicitan proyectos de desarrollo de producto para optar a mercados que incrementen sus niveles de venta. Es allí donde debe integrarse parte de la memoria colectiva, cultural y social, con el propósito de generar códigos que se transformen en objetos de uso cotidiano para la satisfacción de significados emocionales de los usuarios y para integrarse coherentemente al sistema de lenguajes que tengan relación con factores de identidad y consumo cultural, pues “para volverse objeto de consumo es preciso que el objeto se vuelva signo...” (Baudrillard, 1969: 224).

REFERENCIAS

Baudrillard, Jean

- 1969 *El Sistema de los Objetos. Traducido por Francisco González Aramburu. Siglo XXI*, México, en: <http://www.revistasophia.com/imagenes/LIBROS/-FILOSOFIA/BAUDRILLARD/BAUDRILLARD%20JEAN%20%20El%20Sistema%20De%20Los%20Objetos.PDF>.

DRAE

- 2001 **Diccionario de la Lengua Española**. 22^a. Edición. Real Academia Española. Consultado, en: <http://www.rae.es/rae.html>

García Canclini, Néstor

- 1995 **Consumidores y Ciudadanos Conflictos multiculturales de la globalización**. Editorial Grijalbo, México.

Pepe, Eduardo Gabriel

- 2007 “*Diseño e identidad regional Globalización y tendencias de diseño para la conformación visual y morfológica de los productos*”, en: [disenioaborigen.nireblog.com.post/2007/07/06/diseño-e-identidad-regional](http://disenioaborigen.nireblog.com/post/2007/07/06/diseño-e-identidad-regional)

Richard, André

- 1987 *Artesanía y diseño. Diseñador*. Premio Nacional de Diseño. Barcelona.

UNESCO

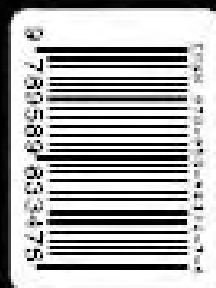
- 1982 *Mondiacult, Declaración de México sobre las Políticas Culturales aprobada por la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales*, en: unesdoc.unesco.org/images/0005/000546/054668MB.pdf
- 2003 *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*, en: <http://www.unesco.org/culture/ich/tindex.php?pg=00006>
- 2007 *Artesanía y Diseño*, en: <http://unesco.org/culture/crafts>



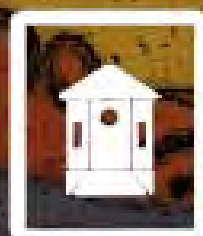
Diseño, Artesanía e Identidad
Experiencias académicas locales de
Diseño Artesanal en Colombia y El Salvador
se terminó de imprimir en el mes de diciembre de 2010,
en Cargraphics, por encargo de Ediciones Axis Mundi.

Edición al cuidado de
Paola Martínez Acosta y Felipe García Quintero

El Grupo de Investigación en Diseño y Arte, D&A, de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, se crea en el año 2007 bajo tres líneas de investigación: Arquitectura e Ingeniería, Arte y Diseño, y Sociedad y Medio Ambiente. La finalidad del Grupo y sus líneas consiste en desarrollar proyectos de investigación acerca de teoría, historia y aplicaciones disciplinares en los campos de la Arquitectura y la Ingeniería, el Diseño y el Arte, la Sociedad y el Medio Ambiente. El presente libro compila algunas reflexiones en torno a experiencias locales de investigación y docencia en el área del diseño artesanal en Colombia y El Salvador, presentadas en *Exporaíces*, evento académico que organiza el programa de Diseño Artesanal de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, en Popayán, Colombia, el cual sirve de escenario para la socialización de prácticas educativas en diseño y artesanía.



EDICIONES
AXIS FUNDI



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
COLEGIO MAYOR DEL CAUCA